

Reporte de

Sostenibilidad

2019



Sobre este informe

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

En este 13° Reporte de Sostenibilidad, Sodimac Chile da cuenta de su gestión económica, social y ambiental en el período que va desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2019 (consulta de reportes anteriores en www.sodimac.cl).

El documento se elaboró siguiendo los Estándares de Reportes del Global Reporting Initiative, en concordancia con la opción esencial de esta metodología. En él se expone la gestión de Sodimac Chile, y se excluyen las unidades de negocio en otros países y la filial Imperial S.A. en Chile, 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.

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad

Teléfono: +562 27381192

E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad

Teléfono: +562 27381784

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:

Transparencia Consultores

Equipo Asesor:

Centro Vincular - RS, PUCV

Verificación Externa:

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 127 del documento.

Diseño:

Espacio Vital

Fotografías:

Archivo Sodimac

Contenidos

05 Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

09 Sodimac y su Entorno

- Contexto del Retail
- Marco Estratégico
- Sodimac en América Latina
- Cadena de Valor

17 Crecimiento Responsable

- Estrategia Sodimac al 2023
- Compromiso con la Sostenibilidad
- Gestión de la Sostenibilidad

39 Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

53 Nuestros Trabajadores

72 Nuestros Proveedores

81 Nuestros Clientes

91 Compromiso con el Medioambiente

107 Compromiso con la Comunidad

115 Anexos

- Desarrollo Económico
- Dotación Sodimac Chile
- Inventario de Emisiones de GEI
- Índice GRI
- Carta de Verificación Externa
- Cuestionario de Retroalimentación
- Glosario



Mensaje del Gerente General



Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

(102-12; 102-14)



Eduardo Mizón
Gerente General
Sodimac Chile

Tenemos la satisfacción de compartir con ustedes el 13° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta de nuestro desempeño económico, social y medioambiental, conforme a los compromisos que hemos asumido con las distintas partes interesadas en el marco de nuestra política de sostenibilidad.

El año 2019 fue complejo, hasta octubre por una desaceleración de la economía y desde entonces se sumó una creciente incertidumbre y niveles de violencia que no habíamos vivido antes. En ese contexto nuestra prioridad fue resguardar la seguridad de trabajadores y clientes. Al igual que el resto del comercio, sufrimos numerosos saqueos, daños a nuestras tiendas y dos de ellas, ubicadas en el centro de Concepción y en Conchalí, fueron incendiadas. Lo mismo ocurrió con un local de nuestra filial Imperial en San Bernardo. Afortunadamente nadie resultó herido y las personas que trabajaban ahí fueron reubicadas en otros locales, pero la pérdida que sufrieron es irreparable. Algunos de ellos llevaban más

de 20 años trabajando juntos y para ellos su tienda era un segundo hogar.

Aunque nuestra actividad se vio afectada, mantuvimos las condiciones y el resto de los beneficios que se entregan a los trabajadores, e incluso como medida adicional para brindar una mejor calidad de vida decidimos reducir nuestro horario normal de operación. Adicionalmente, tomamos una serie de otras medidas atendiendo a las necesidades de otros grupos de interés. Desde el lunes 21 de octubre y por un período de 90 días congelamos los precios en todas las tiendas en el país, para así contribuir a evitar un alza especulativa en los mercados. Como apoyo a nuestros proveedores pymes, adelantamos el pago de facturas. Realizamos un catastro para evaluar los daños de los locatarios pymes y emprendimientos personales que operan en nuestras tiendas, e implementamos medidas de ayuda en especial a aquellos más afectados por incendios o saqueos. También nos coordinamos con las organizaciones sociales con las que tenemos alianza (TECHO, Junto al Barrio, Stgo +B y Movidos x Chile) para evaluar requerimientos y apoyar a la comunidad.

Tenemos la convicción de que para avanzar como país es fundamental entender cuáles son las causas de esta crisis social. Para profundizar nuestra capacidad de escucha y diálogo, realizamos 95 conversatorios en los que participaron 1.116 trabajadores de todas las tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo a lo largo de Chile, cuyos resultados nos permitirán plantear propuestas de mejora para nuestra empresa y el país.

Pero la coyuntura no nos alejó de nuestros compromisos de largo plazo. Durante 2019 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.

Los programas de capacitación y de desarrollo integral siguieron siendo muy relevantes en el ámbito interno. En el año impartimos 494.633 horas de capacitación, que beneficiaron a 17.276 trabajadores, alcanzando un indicador promedio de 28 horas de formación per cápita, con una inversión de casi 2,8 millones de dólares.



“Para profundizar nuestra capacidad de escucha y diálogo, realizamos 95 conversatorios en los que participaron 1.116 trabajadores de todas las tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo a lo largo de Chile, cuyos resultados nos permitirán plantear propuestas de mejora para nuestra empresa y el país”.



La inclusión fue otro foco durante 2019. Trabajamos fuertemente en el reclutamiento y la selección de personal, implementando también adecuaciones en la infraestructura, para no sólo cumplir con el 1% exigido por la nueva Ley de Inclusión Laboral, si no que instaurar la conciencia de diversidad en toda la empresa.

Con el fin de escuchar mejor a los colaboradores e identificar las oportunidades de mejora y los momentos destacables en sus experiencias, en 2019 empezamos a aplicar el eNPS (employee Net Promoter Score), una encuesta periódica anónima, que es una variación de la herramienta NPS que aplicamos hace años y nos ha servido mucho para gestionar la experiencia de clientes.

En el curso de 2019, mantuvimos un diálogo permanente con nuestras organizaciones sindicales. Desarrollamos negociaciones colectivas con cinco sindicatos, que en total agrupan 8.052 socios, equivalentes al 45% de la dotación, procesos que se cerraron sin necesidad de una mediación.

Estos y otros esfuerzos en materia de gestión de personas se tradujeron en el mejor resultado que hemos tenido en la medición de clima laboral “Great Place to Work” (GPTW), situándonos en el 8° lugar entre las mejores empresas para trabajar en Chile con más de 1.000 trabajadores.

Entendiendo la urgencia de sumar esfuerzos contra el cambio climático, impulsamos distintas iniciativas para contribuir a la protección del medioambiente y promover una mayor conciencia entre proveedores, clientes, trabajadores y la comunidad. Desde el 1 de marzo todos los despachos de productos a clientes en Chile son carbono neutral, como parte del objetivo de rebajar en un 30% las emisiones directas de la compañía al 2021. Las emisiones generadas se neutralizan mediante la compra de bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable llevados a cabo en el país, registrados internacionalmente.

También, seguimos extendiendo nuestra Red Nacional de Puntos Limpios, con la inauguración del primer punto limpio en la localidad de La Calera, recibimos más de 847 mil visitas y se reciclaron 4.162 toneladas de material. Desde su creación en 2010, las visitas superan las 3,4 millones personas y se han reciclado 18.899 toneladas de material.

Además, pusimos a disposición de los clientes sobre 4.000 productos con atributos ambientales y sociales. Continuamos también trabajando conjuntamente para que en 2020 el 100% de los envases y embalajes de los productos que vendemos sean reciclables, partiendo por nuestras marcas propias. Conscientes de que podemos lograr mucho más en un ambiente colaborativo, en 2019 nos sumamos al “Pacto Chileno por los Plásticos” que lidera Fundación Chile y junto con otras empresas también firmamos un acuerdo de producción limpia (APL) para artículos eléctricos y electrónicos.

En el marco del programa Construyendo Sueños de Hogar, materializamos 83 proyectos de mejoramiento de infraestructura, espacios públicos o comunitarios en todo Chile, con la participación de 1.404 trabajadores voluntarios y 40.190 personas beneficiadas directamente. En el plano interno, apoyamos con proyectos a 84 trabajadores con 120 proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida.

Por séptimo año consecutivo realizamos la Gran Feria de Capacitación para Especialistas, que se ha consolidado como el principal espacio donde los profesionales de la construcción pueden capacitarse y conocer nuevas tecnologías y tendencias, para así innovar. El evento alcanzó un récord de capacitaciones, con más de 300 cursos gratuitos a los que asistieron 18 mil personas, incluyendo más de 50 mil por streaming.

Además, este año desarrollamos nuevamente el programa “Hágalo usted mismo en comunidad”, donde se realizaron 110 talleres en todo Chile con el objetivo de asesorar a comunidades vulnerables con proyectos paso a paso, para construir y reparar los distintos espacios de su casa de acuerdo con sus necesidades, y así mejorar su calidad de vida.

En el año, los reclamos representaron un 0,47% del total de transacciones y seguiremos trabajando para reducir esa cifra. En el ámbito tecnológico avanzamos en un cambio fundamental en la plataforma de e-commerce, migrando la base a microservicios, lo que permite avanzar dinámicamente en su desarrollo, aplicaciones y ecosistema de herramientas digitales en las tiendas. En términos de mejoras al contenido web, se publicaron más de 53.000 nuevas fotografías y más de 20.000 descripciones. Además, se

potenció el contenido generado por los usuarios; la plataforma e-commerce ya cuenta con más de 36.000 comentarios de clientes. En paralelo, se trabajó en transformar las tiendas para poder brindar a los clientes una experiencia diferente a la que puedan tener hoy en cualquier canal digital, ofreciendo espacios para sorprender, inspirar, tocar y probar los productos, que se complementan con la experiencia online.

En el período, seguimos fortaleciendo nuestro gobierno corporativo. Luego del Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos realizado en 2018, los temas y riesgos levantados se integraron a la correspondiente matriz y se gestionaron durante 2019. Se implementó la herramienta de GRC (Gobernabilidad, Riesgo y Cumplimiento) que permite configurar y estandarizar matrices de riesgo del negocio y protocolos de uso y actualización; y se incorporaron nuevos riesgos para el monitoreo continuo en paneles de vigilancia de auditoría interna, procesos financiero-contables, y gestión de personas y proveedores. Asimismo, se actualizó el Modelo de Prevención de Delitos (Ley 20.393) con la incorporación nuevos delitos.

En el ámbito del aprovisionamiento responsable, seguimos sumando más proveedores evaluados con el protocolo SMETA e inscritos en la plataforma de autoevaluación SEDEX, nuestra meta es que todos estén incorporados al 2021.

También la empresa aplicó la herramienta Stakeholders Sustainable Index (Índice Sostenible de los Grupos de Interés), de ESG Compass. Se trata de una encuesta que busca medir el impacto de los esfuerzos que realiza Sodimac respecto a gestión de riesgos y monitoreo sostenible, en su relacionamiento con los diferentes públicos de interés (trabajadores, clientes, proveedores y comunidad).

Este año también lanzamos nuestro primer programa de innovación abierta con startups, que busca conectarnos más con el ecosistema emprendedor y así atraer capacidades externas que ayuden a implementar soluciones que mejoren la experiencia de los clientes. Participaron 200 startups y esperamos seleccionar a tres para ejecutar proyectos en 2020.

En el año desarrollamos un plan de inversiones de \$83 mil millones. Nos sentimos muy contentos de inaugurar un nuevo Homecenter en Ñuñoa, que reemplaza a la tienda que se incendió en 2014. Este es el primer local de dos pisos en el país y tiene una superficie de 12.500 m². Además, se remodeló el Homecenter de Kennedy. Ambas tiendas tienen un enfoque mucho más vivencial, mejorando así la experiencia y la inspiración de los clientes, son locales de última generación que incorporan procesos más eficientes, potenciando el concepto "Figital" (Digital en lo Físico).

En paralelo, seguimos mejorando nuestras capacidades logísticas. En el centro de distribución de Lo Espejo se incorporó un nuevo sistema automatizado de robots, cuyo objetivo es responder de forma más ágil y rápida a las necesidades de tiendas y clientes, incrementando la eficiencia en la preparación de productos y disminuyendo los esfuerzos de reposición. El sistema es capaz de clasificar 45.540 cajas por cada día en una primera etapa y almacenar hasta 50.000 SKUs, proyecto que continuará su proceso de desarrollo durante 2020.

Cabe destacar que en la evaluación y desarrollo de las inversiones buscamos profundizar nuestra capacidad de escucha y anticiparnos a controversias territoriales. Para ello, desde 2018 utilizamos una herramienta que se denomina Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT) y permite analizar

las limitantes de los proyectos y generar las medidas técnicas, económicas y sociales para lograr un crecimiento sostenible.

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) y los lineamientos de ISO 26000, así como los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los ODS.

Continuaremos avanzando con convicción en el camino de mejoramiento y desarrollo sostenible en el que estamos comprometidos y desde ya agradecemos cualquier observación o sugerencia que nos puedan dar para disminuir nuestras brechas.

Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile



Sodimac y su Entorno



Contexto del retail

(102-15)

El retail está viviendo profundas transformaciones en respuesta al cambio en los consumidores y en el entorno, en un escenario de crecientes exigencias y competencia.

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. Las tiendas se están transformando para poder brindar a los clientes una experiencia diferente a la que puedan tener hoy en cualquier canal digital, incorporando espacios para sorprender, inspirar, poder tocar y probar los productos, que se complementan con la experiencia online.

Consumidor ciudadano

Los clientes están incorporando crecientemente una 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 causas, aportando decididamente en la lucha climática y en la solución de problemáticas sociales que afectan al país y el planeta.



Transformación digital

Con el desarrollo tecnológico, la masificación de los dispositivos móviles y las redes sociales, la competencia está hoy a un click de distancia. Las personas pueden vitrinear, comparar precios y comprar sin necesidad de salir de su hogar; y favorecer o destruir una marca con un simple comentario. Esto ha cambiado los hábitos de consumo y la manera de relacionarse con las empresas, y el desafío es brindar la mejor experiencia en cualquier canal que los clientes elijan.



Nuevo contexto país

(102-10)

Chile es un país en desarrollo con una serie de problemas no resueltos, que quedaron más evidentes que nunca con el estallido social que se inició el 18 de octubre. Cambió el escenario político, económico y social en el que se desenvuelven las empresas, que se volvió más incierto.

En la etapa inicial de esta crisis, Sodimac desarrolló una serie de acciones en respuesta a las necesidades de distintos stakeholders:

- Apoyo a los colaboradores de las tiendas que sufrieron incendios (Homecenter Los Carreras del centro de Concepción y Constructor de Conchalí), que fueron reubicados en otras tiendas. Lo mismo hizo la filial Imperial con los trabajadores de su tienda en San Bernardo.
- Se gestionó con las empresas subcontratistas de las dos tiendas siniestradas para reubicar a sus trabajadores.
- Flexibilidad y reducción de horarios de trabajo de los colaboradores, facilidades en traslados, teletrabajo, reajuste de incentivos, pago de bonos de asistencia y puntualidad, aunque por fuerza mayor no se cumplieran las condiciones, entre otros.
- 95 conversatorios con la participación 1.116 trabajadores de todas las tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo a lo largo de Chile, cuyos resultados permitirán plantear propuestas de mejora para la empresa y el país.
- Tras el cierre de las tiendas Sodimac durante el fin de semana, desde el lunes 21 de octubre, los precios en todos los locales del país estuvieron congelados 90 días, para evitar un alza especulativa en los mercados.
- Apoyo a los proveedores Pymes, se adelantó el pago de todas sus facturas que cumplían con los procedimientos.
- Apoyo a los subarrendatarios de locales al interior de las tiendas, liberándolos del pago de arriendos y en algunos casos colaborando en su reubicación.
- Coordinación con las organizaciones sociales con las que Sodimac tiene alianza (TECHO, Junto al Barrio, Stgo +B y Movidos x Chile) para evaluar los requerimientos y apoyar a la comunidad.
- Levantamientos territoriales para conocer el efecto en las comunidades circundantes de las dos tiendas incendiadas y definir acciones adicionales de ser necesarias. Se desarrolló un trabajo con los vecinos de la tienda en Concepción, que implicó diversas inversiones para contribuir a la seguridad en el área y mitigar el impacto sobre ellos, entre otras acciones. También se realizó un trabajo territorial con vecinos del Homecenter de Quilicura, que estaban particularmente preocupados por la situación de riesgo.
- Apoyo a Bomberos con donaciones de elementos en las zonas más afectadas.





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.

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.

Nuestros valores y cómo se viven

R

RESPECTO

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

E

EXCELENCIA

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

I

INTEGRIDAD

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

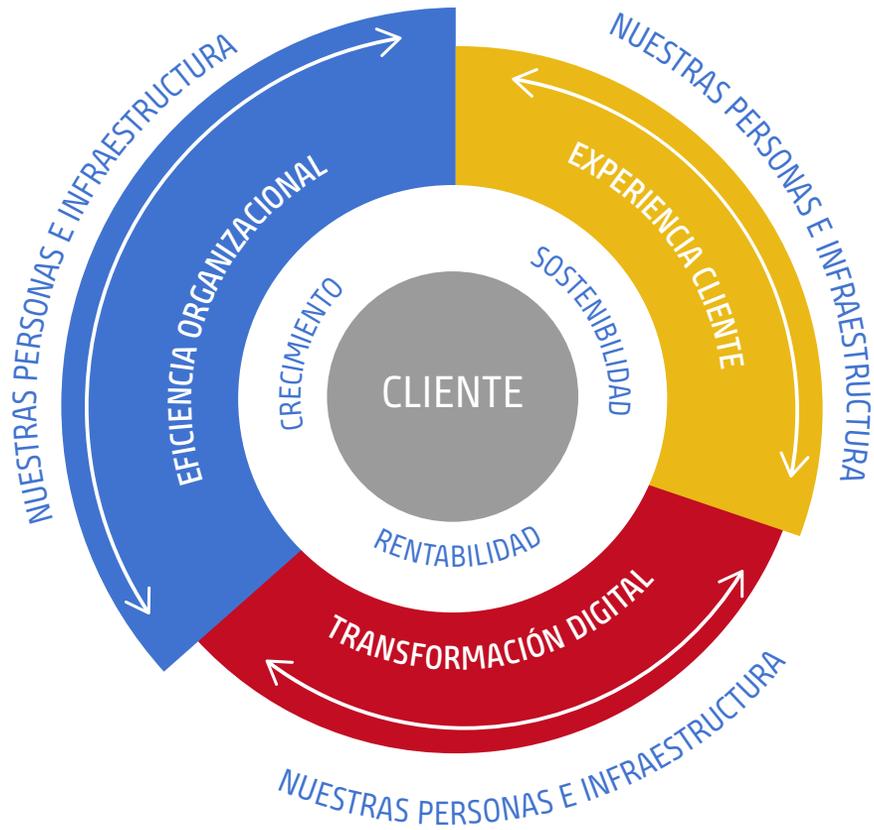
R

RESPONSABILIDAD

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



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: Home Trading S.A. (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	2017	2018	2019
Tiendas	38	40	40
Trabajadores	8.448	8.933	9.039
Superficie de venta (m²)	368.383	385.290	386.256

PERÚ	2017	2018	2019
Tiendas	56	56	55
Trabajadores	9.995	9.684	9.891
Superficie de venta (m²)	371.714	372.382	376.264

ARGENTINA	2017	2018	2019
Tiendas	8	9	9
Trabajadores	1.641	1.696	1.295
Superficie de venta (m²)	85.941	94.073	94.073

BRASIL	2017	2018	2019
Tiendas	57	53	53
Trabajadores	3.317	3.320	3.530
Superficie de venta (m²)	167.434	163.746	172.112

URUGUAY	2017	2018	2019
Tiendas	3	3	3
Trabajadores	423	441	449
Superficie de venta (m²)	24.849	24.849	24.849

MÉXICO (*)	2017	2018	2019
Tiendas	-	3	5
Trabajadores	127	800	1.132
Superficie de venta (m²)	-	34.610	57.209

Nota (*): Las primeras tiendas en México se abrieron en 2018.
Fuente: Sodimac.

Desarrollo operativo de Sodimac Chile

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

Sodimac tiene **74 tiendas** distribuidas en **42 ciudades** a lo largo de Chile.

	2017	2018	2019
Puntos de venta	74	74	74
Trabajadores	18.156	18.020	17.958
Superficie de venta (m ²)	669.775	686.258	689.224

Nota:

- La dotación incluye las empresas: Sodimac, Sodilog y Traineemac.
- Se excluyen las cifras de la filial Imperial, que tiene 15 tiendas y una superficie de ventas de 78.456 m².
- En 2019 se cerró la tienda Homy de Mallplaza Oeste, como parte del proceso para construir en ese centro comercial una de las dos primeras tiendas IKEA.



CHILE

42 Ciudades

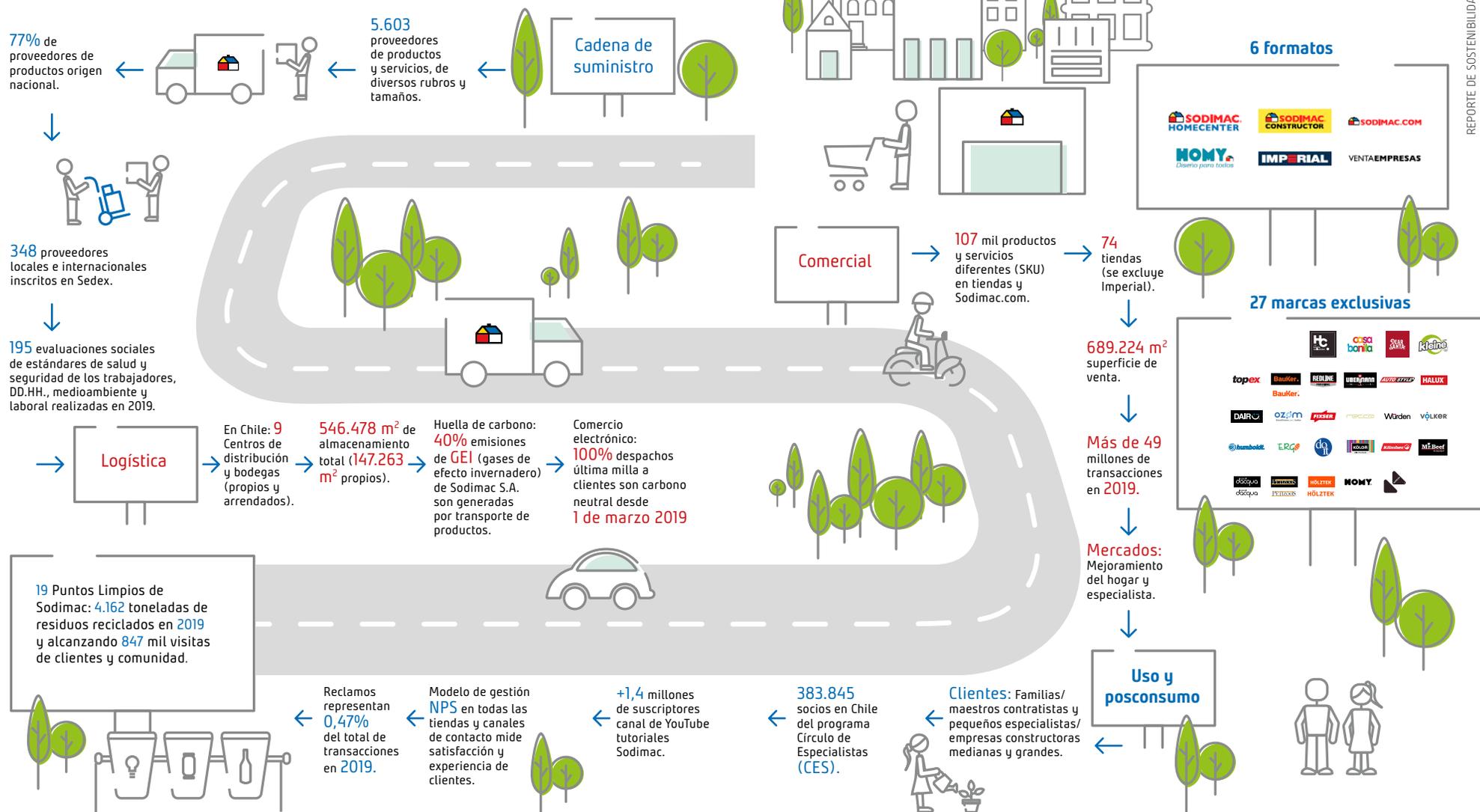
74 Tiendas



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.



Crecimiento
Responsable
en Chile



Crecimiento Responsable en Chile

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

Sodimac Chile desarrolla un plan estratégico quinquenal al 2023 basado en tres pilares: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.



Estrategia de Sodimac al 2023

Sodimac se encuentra desarrollando un plan estratégico al 2023 que descansa sobre tres focos estratégicos: brindar la mejor experiencia al cliente, avanzar en transformación digital y elevar la eficiencia organizacional.

En el marco de este plan quinquenal, durante 2019 hubo importantes avances en materia de comercio electrónico, destacando la integración de Sodimac con Linio (operación que se tradujo en un rápido e importante aumento de las ventas por el canal ecommerce) y la incorporación de puntos de retiro a nivel del holding.

Asimismo, la empresa siguió invirtiendo en la automatización de su logística. Esto conllevó la incorporación en el Centro de Distribución de Lo Espejo de un nuevo sistema de robots llamado Super Butler System (SBS), cuyo objetivo es responder de forma más ágil y rápida a las necesidades de tiendas y clientes, incrementando la eficiencia en la

preparación de productos en los centros de distribución y disminuyendo los esfuerzos de reposición.

Un hito igualmente relevante fue la reapertura de la nueva tienda Sodimac Homecenter Ñuñoa, en Santiago. La recuperación de esta infraestructura tras el incendio que la afectó en 2014, permitió ofrecer al público el primer local de dos pisos de la cadena en Chile, con una superficie total de 12.500 m². Durante el ejercicio también se remodeló el Homecenter de avenida Kennedy, otorgándole un enfoque más vivencial que ayuda a mejorar la experiencia de compra (e inspiración) de los clientes. Ambas son tiendas de última generación, donde se incorporaron procesos más eficientes de cara al consumidor, potenciando el concepto "Figital" (Digital en lo Físico).

En el ámbito de la sostenibilidad, se ejecutaron programas de apoyo a la comunidad que beneficiaron a más de 40 mil personas, junto al lanzamiento de varias iniciativas

que contribuyeron a la protección del medioambiente y a promover una mayor conciencia sobre la necesidad de cuidar el planeta.

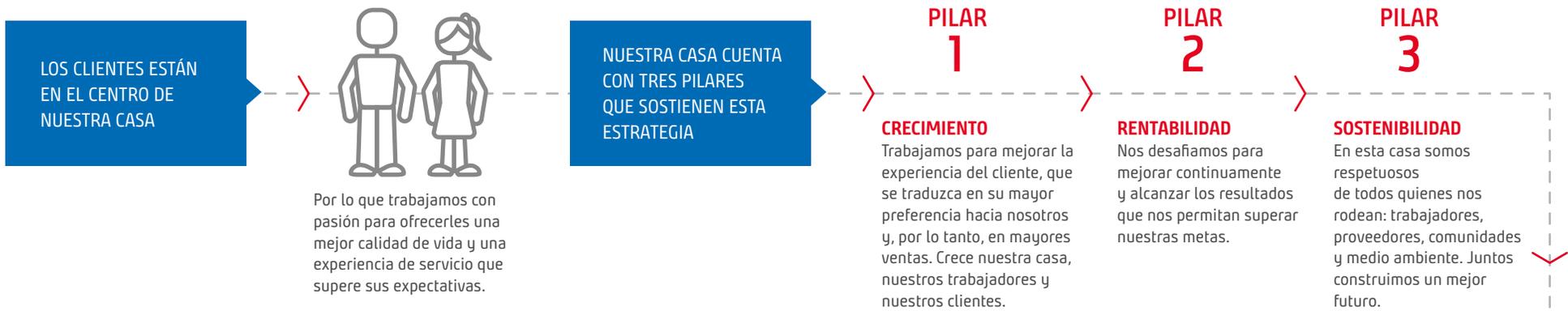
Por otro lado, en el contexto de la crisis social que afectó al país en el último trimestre, Sodimac priorizó la seguridad de sus clientes y trabajadores, velando también por mantener los puestos laborales. En tal sentido, los trabajadores de las tiendas Homecenter del centro de Concepción y Constructor de Conchalí que resultaron incendiadas, fueron reubicados en otros locales de la empresa. Además, para profundizar la capacidad de escucha y diálogo se efectuaron 95 conversatorios en los cuales participaron 1.116 trabajadores de todas las tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo a lo largo de Chile, con resultados que permitirán plantear propuestas de mejora para la empresa y el país.



Construyendo la casa del Futuro



Un Compromiso que comienza Hoy



Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.



Compromiso con la sostenibilidad

102-11; 103-2

Evolución de la sostenibilidad en Sodimac

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

A lo largo de 2019 la empresa concretó una serie de iniciativas que afianzaron el compromiso de la organización con el desarrollo sostenible.



Despachos Carbono Neutral

A partir del 1 de marzo de 2019, todos los despachos que Sodimac lleva a cabo por compras de productos a través de su canal de e-commerce son carbono neutral, lo que transformó a la compañía en la primera que concreta este tipo de medida en Chile con un carácter permanente.

Pacto por los Plásticos

Sodimac adhirió al “Pacto Chileno de los Plásticos”, que lideran Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente, con el objetivo de sumarse a los esfuerzos de colaboración para proponer nuevas formas de fabricación, uso, reutilización y reciclaje de los plásticos.

Campaña Desafío Tierra

En 2019, el grupo de medios Turner Chile lanzó una propuesta editorial llamada “Desafío Tierra”, iniciativa que incluyó un llamado a diversas entidades públicas y privadas para que se unan a diferentes acciones que ayuden a difundir y amplificar las temáticas relacionadas con el cuidado al medioambiente. Sodimac fue una de las organizaciones que aceptó este reto, que

también incluye movilizar a la ciudadanía para que adopte un rol activo en este propósito.

En una primera etapa, el trabajo se enfocó en intentar disminuir la contaminación por plástico en el país, trazándose la meta de capacitar a 10 mil personas en el correcto proceso de reciclaje de este material.



Campaña 6D It's Now – Acciones Climáticas

Trabajadores voluntarios de Sodimac están apoyando la reforestación del Parque Metropolitano Cerros de Renca. Se trata de una iniciativa 6D, organizada por Cultiva y Fundación Avina, junto con la Municipalidad de Renca, y que cuenta con el apoyo de Conaf y distintas empresas y organizaciones de la sociedad civil.

La meta es plantar 30 mil árboles nativos en el citado parque, incluyendo el sistema de riego para los meses de más calor, la mitad de los cuales se plantaron en 2019, en tanto que otros 15.000 árboles serán plantados durante el invierno de 2020.

Mediciones ESG

En 2019, la empresa aplicó la herramienta Stakeholders Sustainable Index (SSIndex, o Índice Sostenible de los Grupos de Interés), de ESG Compass. Se trata de una encuesta que busca medir el impacto de los esfuerzos que realiza Sodimac respecto a gestión de riesgos y monitoreo sostenible, en su relacionamiento con los diferentes públicos de interés (trabajadores, clientes, proveedores y comunidad).



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 - 2019

INTEGRACIÓN DE SOSTENIBILIDAD EN TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO



- Indicador de sostenibilidad para medir la integración de sostenibilidad en todas las áreas del negocio.
- Nueva política de sostenibilidad corporativa (lineamientos para todas las unidades de negocio en América Latina).
- 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 (trabajadores, clientes, proveedores y comunidad).
- Se consolida 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.

Lineamientos de la sostenibilidad

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

Desde 2016, 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, permitiendo que, como parte de su relacionamiento, la empresa aborde los temas más relevantes para cada grupo. También busca alinear los esfuerzos de la compañía con los instrumentos internacionales de sostenibilidad.

Sodimac integra la Comunidad Global del GRI que tiene como objetivo impulsar la transparencia en las empresas de todo el mundo.

Además, la matriz de Sodimac, Falabella S.A en 2019 fue la única compañía de retail chilena seleccionada para integrar el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World), el cual agrupa a las compañías multinacionales abiertas en bolsa líderes en términos de sostenibilidad, basándose en criterios económicos, sociales y ambientales. En la categoría retail, la firma se ubicó en el cuarto lugar a nivel mundial. Asimismo, Falabella fue seleccionada en los portafolios accionarios de los otros índices a los que fue invitada a participar, siendo la única empresa chilena que forma parte de cuatro índices (World, Emerging Markets, MILA Pacific Alliance y Chile).

Nuestros trabajadores

La empresa busca brindar un espacio de desarrollo laboral y de relaciones transparentes a los trabajadores, con respeto a la libertad sindical. Incentiva el diálogo como mecanismo esencial de relacionamiento; la participación y estilos de liderazgo modernos, con énfasis en el desarrollo y aprendizaje constante; la calidad de vida y bienestar integral; el cuidado y seguridad de los trabajadores; respeto a la dignidad de las personas; respeto de la diversidad y fomento de un sano orgullo por pertenecer a Sodimac.

Nuestros clientes

El cliente está en el centro del quehacer de la empresa. A través del comercio y marketing responsable, se asegura la disponibilidad, calidad y seguridad de los productos; respeto de sus derechos y satisfacción de sus expectativas. Sodimac además procura cumplir sus promesas aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor experiencia en servicio.

Nuestros proveedores

Sodimac impulsa un trato transparente y justo a los proveedores, sobre la base de un marco general fundado en el concepto de aprovisionamiento responsable y desarrollo de relaciones de largo plazo que los considera socios estratégicos de la cadena de valor. También impulsa acciones que valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de las empresas proveedoras en los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un vínculo que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.



Gobierno corporativo y ética empresarial

La empresa vela por el cumplimiento normativo y un comportamiento ético y transparente en su desempeño económico, social y medioambiental, los cuales descansan en: marcos conceptuales globalmente aceptados en materia de sostenibilidad, el Sistema de Gestión Ética de Sodimac y los valores contenidos en las normas internas de integridad para la gestión diaria de la compañía.

Compromiso con el medioambiente

Sodimac trabaja por un desarrollo sostenible, procurando tanto disminuir los impactos medioambientales de su operación, como avanzar en el uso eficiente de los recursos. La empresa fomenta la toma de conciencia y el ejercicio de prácticas de cuidado ambiental en la organización, clientes y la comunidad.

Compromiso con la comunidad

La compañía busca construir una relación mutuamente beneficiosa con las comunidades donde está presente, basada en el diálogo y la gestión responsable de sus impactos. También incentiva una mejora efectiva de la calidad de vida de los sectores de menores ingresos ampliando su acceso a productos y servicios, fomentando la empleabilidad local, ofreciendo capacitaciones a clientes y comunidad, potenciando la participación de los trabajadores en tareas de voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que se comparten intereses y objetivos comunes.



Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

(102-11; 102-12)

La empresa 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.

Sodimac se hizo parte de estos propósitos haciendo un análisis de sus objetivos y metas de acuerdo con el quehacer de su negocio y el de modo 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.

Adicionalmente, Sodimac ha sido destacado anualmente en la iniciativa Sumando Valor, que es desarrollada por las organizaciones CPC, SOFOFA, Pacto Global y ACCIÓN Empresas, creada para fomentar la transparencia y la reportabilidad entre las empresas que operan en Chile. La plataforma expone casos de prácticas empresariales que contribuyen directamente al cumplimiento de los 17 ODS. Más información en www.sumandovalor.cl

Bajo el contexto mencionado, Sodimac desarrolla cuatro programas emblemáticos que han sido sistematizados por la empresa y ofrecidos al Consejo de Implementación de la Agenda 2030, para el proceso 2019 de elaboración del Examen Nacional Voluntario de Chile: Escuela de Excelencia Sodimac, Círculo de Especialistas Sodimac (CES), el programa de Gestión Medioambiental y el programa Construyendo Sueños de Hogar.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



ODS	Objetivo	Cómo Sodimac Contribuye
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	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. 108).
	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal	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. 54).
	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	<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. 54).</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. 82).</p>
	Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas	<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. 54).</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. 40).</p>
	Garantizar disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	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. 92).
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	<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. 92).</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. 40).</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. 54).</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. 54).</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. 54).</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. 54).</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. 82).</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. 73).</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. 92).</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. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 92).</p>

ODS	Objetivo	Cómo Sodimac Contribuye
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	<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. 108).</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. 108).</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. 108).</p>
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	<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. 92).</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. 92).</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. 92).</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. 92).</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 (ERN). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 92).</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. 92).</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. 40).</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. 33).</p>

Relacionamiento con Grupos de Interés

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

Sodimac, junto con generar valor económico, se esfuerza por contribuir al desarrollo integral de trabajadores, clientes, proveedores, ciudadanía, comunidad financiera, accionistas y autoridades.

Sobre este marco conceptual, la empresa aplica una política de relacionamiento con sus públicos de interés donde se establecen con claridad los principios que orientan la vinculación con cada interlocutor y la responsabilidad que cada miembro de la empresa tiene 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

El relacionamiento con los grupos de interés contempla diversos canales de comunicación, bajo la convicción de que la sostenibilidad se construye sobre la base de una escucha y diálogo activos.

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

Grupo Interés		Cómo dialogamos	Objetivos	Compromisos Principales	
Nuestras personas	Todos quienes trabajan en Sodimac, ya sea en tiendas, centros logísticos u Oficinas de Apoyo, y nuestras organizaciones sindicales.	- Política de puertas abiertas.	(DI)	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - 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, entre otros).	(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.					
Clientes	Actuales y potenciales clientes que adquieren nuestros productos y servicios.	- Tiendas físicas y online.	(DI)	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS). 	<ul style="list-style-type: none"> - 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)		

Grupo Interés		Cómo dialogamos	Objetivos	Compromisos Principales	
Clientes	Actuales y potenciales clientes que adquieren nuestros productos y servicios.	- Programa de TV.	(SE)	- Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS).	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
		- 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)		
Proveedores	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	- Encuentro Anual con Proveedores.	(AN)	<ul style="list-style-type: none"> - Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor. - Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - 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)	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados. - Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - 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)		
		- Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias.	(DI)		

Grupo Interés		Cómo dialogamos	Objetivos	Compromisos Principales	
Autoridades	Autoridades que definen el contexto legal y normativo, y el desarrollo de nuestro rubro.	- Reuniones periódicas y/o esporádicas.	(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.
		- 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)				
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)		
- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)				

	Grupo Interés	Cómo dialogamos	Objetivos	Compromisos Principales
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.	<ul style="list-style-type: none"> - Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico, reuniones y teléfono. (DI) - 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) 	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contribución a la calidad de vida y al bienestar social, económico y cuidado del medioambiente.
Inversionistas	Tenedores de bonos de Sodimac y accionistas de nuestra compañía matriz que se transa en Bolsa.	<ul style="list-style-type: none"> - Reportes de resultados e información a CMF. (TR) - Actividades de Investor Relations organizadas por compañía matriz. (TR) - Memoria Anual. (AN) - Proceso retroalimentación con stakeholders. (AN) - Reporte de Sostenibilidad. (AN) 	<ul style="list-style-type: none"> - Transparencia corporativa. - Gestión ética y cumplimiento normativo. 	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
Prensa	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> - Contactos telefónicos y correo electrónico. (DI) - 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) 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders. 	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto al rol. - Ética y rigurosidad en la entrega de información.

Nuestras alianzas

102-11; 102-13; 415-1

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. En 2019, los aportes realizados fueron más de \$93 millones a las diferentes organizaciones por membresías, cuya contribución mayoritaria estuvo concentrada en asociaciones gremiales, organizaciones promotoras de sostenibilidad, relaciones laborales, medioambiente y ética empresarial.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

Sodimac integra asociaciones gremiales relacionadas con sus actividades comerciales. Por su intermedio, ayuda al desarrollo y perfeccionamiento de los rubros comercio, construcción e industria publicitaria desde su perspectiva como asesor.

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

Ámbito de acción: responsabilidad social y sostenibilidad

La empresa 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)
- ISO 26000 (www.iso.org).
- Acción Empresas (www.accionempresas.cl).
- Fundación PROhumana (www.prohumana.cl).
- Empresas Conscientes (www.empresasconscientes.com)

Ámbito de acción: gobierno corporativo y ética empresarial

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

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

Ámbito de acción: relaciones laborales

La compañía trabaja 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).

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.

- World Wildlife Fund, WWF Chile (www.wwf.cl).
- Agencia Chilena de Eficiencia Energética, AChEE (www.acee.cl).
- Chile Green Building Council (www.chilegbc.cl).
- Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (www.ineh.cl).
- Centro de Líderes Empresariales contra el Cambio Climático (www.clgchile.cl).
- Pacto Chileno de los Plásticos (PCP) (www.fch.cl).

Ámbito de acción: comunidad

Sodimac colabora con organizaciones que trabajan para 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 tiene un proceso formal de identificación de los temas más importantes para la compañía y sus partes interesadas en todos los ámbitos de la sostenibilidad. Este proceso de materialidad permite analizar los impactos positivos y negativos, reales y potenciales, del negocio a lo largo de la cadena de valor, e identificar los riesgos y oportunidades por gestionar.

El proceso de materialidad incorpora un relacionamiento con las principales partes interesadas (trabajadores, clientes, proveedores, representantes de la comunidad y entidades expertas) y un análisis de información secundaria, entre ellos, resultados de encuestas, estudios sectoriales y mediciones como el Great Place to Work (GPTW).

En línea con la planificación estratégica, Sodimac Chile continuó trabajando su materialidad en 2019, homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México. Esta acción permite contar con una lista de temas estratégicos corporativos y poder asegurar que en todos estos países se trabajen los mismos temas y, en base a los resultados obtenidos, tener claridad sobre las materias que se deben gestionar en cada una de estas operaciones.

El siguiente gráfico muestra los temas destacados y prioridades para la empresa y sus partes interesadas, y dónde se generan impactos en la cadena de valor:

Pilar Sodimac	Tema Material	Cadena de Suministro		Lógica (centros de distribución y transporte)	Operaciones comerciales			Uso y posconsumo
		Internacional	Nacional		Construcción de tiendas	Operación de tiendas	Comercio electrónico	
Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	Lineamientos y gestión de sostenibilidad	●	●	●	●	●	●	●
	Relacionamiento con grupos de interés	●	●	●	●	●	●	●
	Innovación y desarrollo	●	●	●	●	●	●	
	Ética y anticorrupción	●	●	●		●		
	Rendición de Cuentas y Transparencia	●	●	●	●	●	●	●
	Derechos Humanos	●	●	●	●	●	●	●
	Gestión de riesgo financiero y no financiero	●	●	●	●	●	●	●
	Regulación - Cumplimiento normativo	●	●	●	●	●	●	●
Trabajadores	Calidad de vida			●		●		
	Clima laboral			●		●		
	Diversidad e inclusión			●		●		
	Formación y desarrollo profesional			●		●		
	Diálogo social	●	●	●	●	●		
	Salud y seguridad laboral	●	●	●	●	●		
	Remuneraciones, beneficios y compensaciones			●		●		
Clientes	Experiencia de compra omnicanal			●		●	●	●
	Ética publicitaria					●	●	●
	Educación y consumo responsable					●	●	●
	Salud y seguridad con producto	●	●					●

Pilar Sodimac	Tema Material	Cadena de Suministro		Lógica (centros de distribución y transporte)	Operaciones comerciales			Uso y posconsumo
		Internacional	Nacional		Construcción de tiendas	Operación de tiendas	Comercio electrónico	
Proveedores	Gestión sostenible de proveedores	●	●					
	Calidad de productos	●	●					
	Gestión de riesgo en proveedores	●	●					
	Canales de atención y reclamos	●	●					
	Gestión de pequeños proveedores	●	●					
Comunidad	Gestión con la comunidad				●	●		
	Empleabilidad local				●	●		
	Alianzas con la comunidad				●	●		
	Catástrofes con impacto en viviendas					●		
Medioambiente	Cambio climático	●	●	●	●	●		●
	Eco eficiencia operacional	●	●	●	●	●		
	Gestión de residuos			●	●	●		●
	Ciclo de vida del producto	●	●					●
	Transporte y logística			●			●	
	Productos sostenibles	●	●					●

- Impacto Directo (Responsabilidad Sodimac)
- Impacto Indirecto



Estructura Interna

102-18; 102-20; 102-26; 102-32

Comité de Sostenibilidad

Coordina y lidera la gestión en sostenibilidad en la empresa. Su labor es transversal a todas las gerencias de Sodimac, dado que esta materia es un pilar fundamental de la estrategia del negocio. También es responsable de aprobar el Reporte de Sostenibilidad.

Está conformado por los gerentes de las distintas áreas:

- Gerente General (lo preside)
- 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 2019, el Comité se reunió cuatro veces, abordándose principalmente temas asociados a gestión de sostenibilidad (Index), gestión medioambiental hacia la carbono neutralidad y gestión de las relaciones para conocer los avances sociales y medioambientales en el marco de la planificación estratégica de la compañía.

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 normativa legal vigente y las normas nacionales e internacionales que fortalezcan el crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad de la compañía.

En 2019, esta gerencia incorporó el nuevo cargo de Coordinador de Medio Ambiente.

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 de la empresa.

- 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 definidos como 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.

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.

Coordinador de Medioambiente

- Gestiona y coordina las acciones medioambientales en la compañía.
- Ejecuta el seguimiento del cumplimiento legal ambiental.
- Ejecuta el seguimiento del programa de reducción de residuos.
- Consolida y analiza la información e indicadores de medioambiente.

Medición: Index de Sostenibilidad

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

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

1. Una gestión transversal de la sostenibilidad, que forme parte de cada área de la empresa 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 implementó un instrumento específico (Índex) elaborado por el Centro Vincular de la PUCV, que evalúa su gestión interna en la materia en todas sus operaciones, analizando la gestión de la compañía desde los siguientes ángulos:

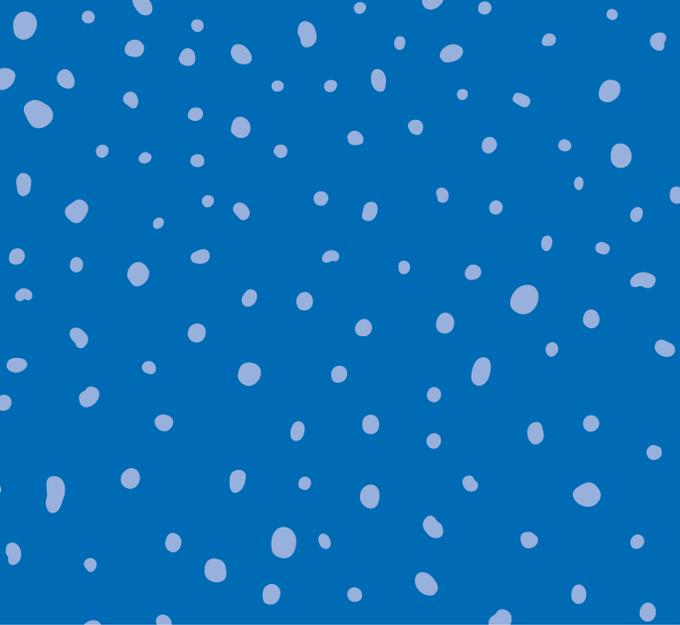
- I. Las mejores prácticas o procesos de empresas de clase mundial disponibles en diversas áreas, enmarcadas dentro de las expectativas que emanan de instrumentos normativos internacionalmente reconocidos y por el Estado de Chile. Estas iniciativas van evolucionando con los cambios del entorno global.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

En 2019, la aplicación del Índex de Sostenibilidad arrojó un 75% de resultado global para Sodimac Chile. Es decir, que la empresa cuenta con un 74% de alineación a prácticas de clase mundial, inspiradas en los procedimientos indicados en los principales instrumentos internacionales sobre sostenibilidad; y un 76% de integración de los

temas materiales o estratégicos de sostenibilidad en la gestión, como reflejo de la madurez con que se incorporan impactos reales y potenciales, derivados de las decisiones y actividades.

Sistema de incentivos

Sodimac integra los resultados del Index de Sostenibilidad en el sistema de incentivos de los gerentes generales y ejecutivos de cada una de sus operaciones. Por tanto, existen metas anuales para este indicador y todas las gerencias de la compañía aportan al resultado final, generando un efecto movilizador concreto. Se trata de una práctica de empresa de clase mundial, que se implementa para reforzar el compromiso con la sostenibilidad de manera estratégica.



Premios y reconocimientos

En 2019, Sodimac recibió las siguientes distinciones:

Ranking Empresas Responsables y Mejor Gobierno Corporativo	3° lugar	Merco - El Mercurio
Premio Reputación Corporativa	4° lugar	RepTrack Chile (Reputation Institute) – La Tercera
Meaningful Brands	5° lugar	Havas Group
Ranking Merco Empresas Reputación Corporativa	7° lugar	Merco - El Mercurio
Ranking GPTW	8° lugar	GPTW
Ranking Merco Talento	11° lugar	Merco – El Mercurio
Premio Lealtad del Consumidor	Categoría Mejoramiento del Hogar	Alco – Customer Experiencie Management Consulting
Premio Inclusión 2019	Categoría Gran Empresa	ACHS
Reconocimiento Huella Chile	Sellos cuantificación, reducción y excelencia	Ministerio de Medio Ambiente

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial



Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

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.



Temas estratégicos

- Lineamientos y gestión de sostenibilidad
- Relacionamiento con grupos de interés
- Innovación y desarrollo
- Ética y anticorrupción
- Derechos Humanos
- Rendición de cuentas y transparencia
- Gestión de riesgos y cumplimiento

Hitos

- Actualización del Modelo de Prevención de Delitos (Ley 20.393) con la incorporación de nuevos delitos.
- Implementación de herramienta de GRC (Gobernabilidad, Riesgo y Cumplimiento), que permite configurar y estandarizar matrices de riesgo del negocio y protocolos de uso y actualización.
- Se incorporan nuevos riesgos para el monitoreo continuo en paneles de vigilancia de auditoría interna, procesos financiero-contables, y gestión de personas y proveedores.
- 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 formado por 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 se someten a un proceso de inducción según la política de gobierno corporativo de la empresa matriz y sus filiales, incluyendo la política de sostenibilidad de Sodimac.

Los directores establecen los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, velan por su cumplimiento y responden frente a los accionistas. Además, 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 de la compañía, 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 directorio supervisa el desempeño y la gestión de la empresa en sus diversos ámbitos, recibiendo en cada sesión reportes regulares del gerente general y los máximos ejecutivos. Asimismo, el presidente del directorio se reúne trimestralmente con la gerencia de contraloría para conocer los avances en el plan de auditoría interna y situaciones de interés.

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

El Comité de Directores lo conforman tres integrantes de la mesa directiva, correspondiendo dicho rol en 2019 a Nicolás Majluf Sapag, Jaime García Rioseco y Gonzalo Rojas Vildósola. Durante el año, el comité de directores revisó materias propias de su competencia, incluido el examen de operaciones con partes relacionadas conforme al título XVI de la Ley 18.046 y la política de habitualidad de la compañía. Su rol también incluyó la revisión y aprobación del plan anual de auditoría interna, y reuniones trimestrales para ver avances, riesgos detectados en auditorías y los respectivos planes de acción establecidos por la alta administración para mitigar dichos riesgos.

Los trabajadores mantienen canales de diálogo permanente con el Comité Ejecutivo de Sodimac Chile a través de sus representantes, canalizando por esta vía sus inquietudes o recomendaciones al directorio.

En Junta de Accionistas realizada el 15 de abril de 2019 se definió que cada director perciba una dieta mensual de UF 50 líquidas y UF 300 mensuales 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 2019 se realizó, en conjunto con Falabella, un Encuentro de Capacitación y Reflexión para Directores y la Alta Administración donde se abordaron temáticas centradas en las mejoras en gobierno corporativo, las nuevas exigencias de la digitalización, los cambios normativos, los desafíos medioambientales y de sostenibilidad.

Director a cargo de fortalecer la Política de Sostenibilidad

En su calidad de presidente del Comité de Directores, Nicolás Majluf estuvo nuevamente a cargo a lo largo de 2019 de supervisar el desarrollo de la política de sostenibilidad de Sodimac, siendo responsable de revisar y validar las iniciativas adoptadas en estas materias, además de orientar y dar retroalimentación continua al citado comité, y por su intermedio, al directorio de la compañía.

Directorio

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



1. Nicolás Majluf Sapag

Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 4.940.618-5
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

2. José Luis Del Río Goudie

Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 4.773.832-6
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

3. Gonzalo Rojas Vildósola

Ingeniero Comercial
Universidad Adolfo Ibáñez
Rut: 6.179.689-4
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

4. Juan Pablo Del Río Goudie

PRESIDENTE
Arquitecto
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

5. Jaime García Rioseco

Economista
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.894.661-3
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

6. Sandro Solari Donaggio

Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 9.585.729-9
Fecha de nombramiento:
26/06/2018

7. Cecilia Karlezi Solari

Empresaria
Rut: 7.005.097-8
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

8. Paola Cúneo Queirolo

Licenciada en Ciencias
de la Administración
Universidad de Chile
Rut: 8.506.868-7
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

9. Elizabeth Lehmann Cosoi

Ingeniera comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 11.625.647-9
Fecha de nombramiento:
25/04/2017

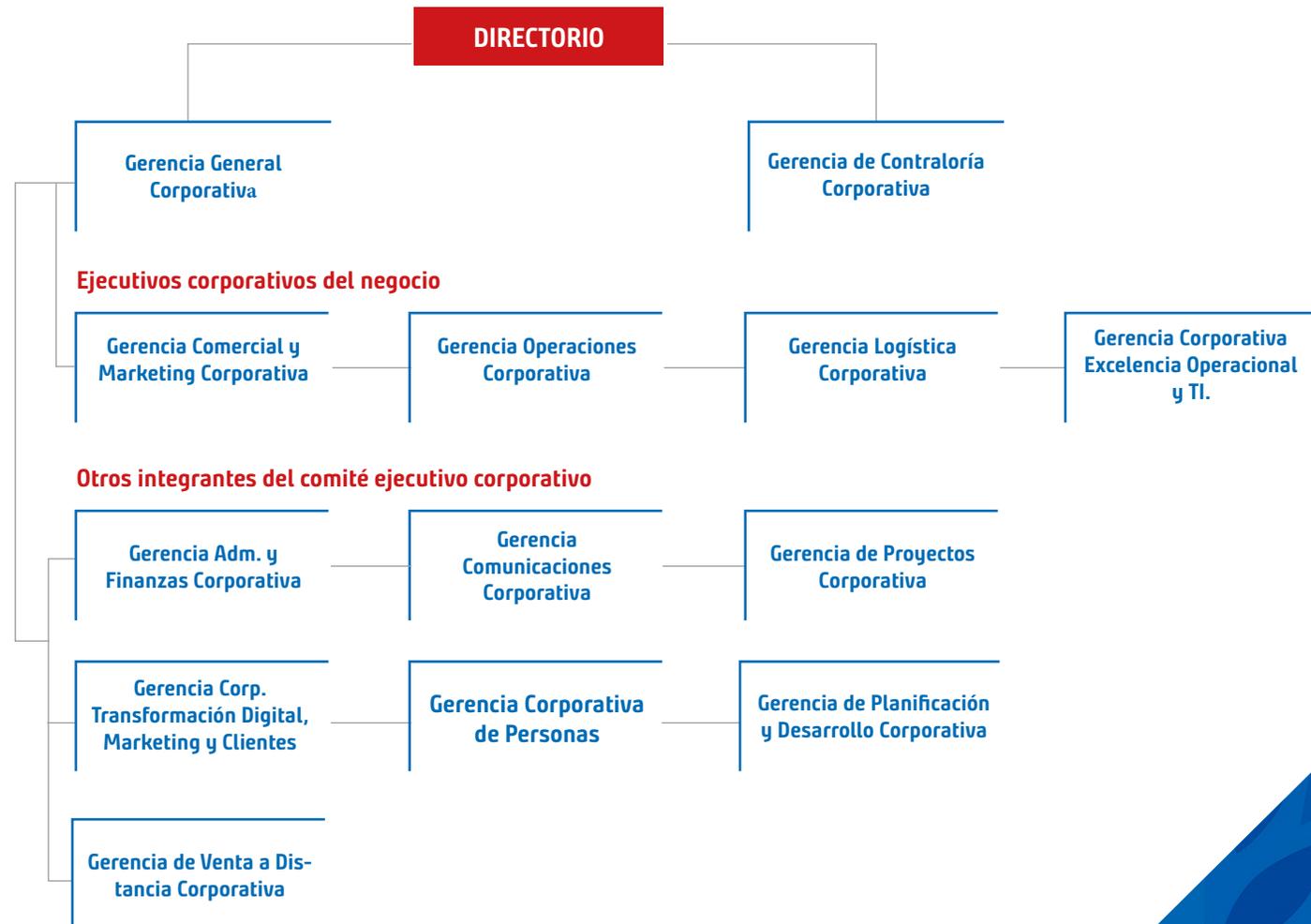
Equipo ejecutivo

(102-19; 102-22)

La plana ejecutiva de Sodimac se estructura buscando una dirección del negocio ágil y eficiente, en apoyo a la política de internacionalización de la empresa. Es encabezada por un 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, pero respetando la cultura y especificidades de cada país. Tanto Sodimac Chile como su filial Imperial tienen, además, sus respectivos comités ejecutivos, que controlan y gestionan el desarrollo económico, social y medioambiental, y velan por un accionar transparente y ético de la compañía.

Organigrama organizacional



Comité Ejecutivo Corporativo

(al 31 de diciembre de 2019)

(102-18)



Ejecutivos corporativos del negocio

1. Francisco Errázuriz López

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

2. Nerea Ollo Iparraguirre

Gerente de Excelencia Operacional
Corporativa y Gerente Corporativa de TI
Ingeniero Comercial
Rut: 24.422.819-4
Fecha nombramiento: 1/02/2018

3. Enrique Gundermann Wylie

Gerente General Corporativo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 9.900.567-K
Fecha nombramiento: 30/10/2012

4. Wilhelm Ramberg Arnillas

Gerente de Operaciones Corporativo
Ingeniero Industrial
DNI: 10060384
Fecha nombramiento: 15/04/2014

5. Francisco Torres Larraín

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

Otros integrantes del comité ejecutivo corporativo

Nicolás Cerda Moreno

Gerente Contralor Corporativo
Ingeniero comercial
Rut: 5.894.587-0
Fecha nombramiento: 1/08/2006

Fabio De Petris Duarte

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

Alejandro Hörmann Orezolli

Gerente de Comunicaciones Corporativo
Publicista
Rut: 8.596.614-6
Fecha nombramiento: 1/08/2006

Eduardo Isaacson Plaza

Gerente de Proyectos Corporativo
Arquitecto
Rut: 21.448.467-6
Fecha nombramiento: 1/08/2006

Cristóbal Merino Morales

Gerente de planificación
y desarrollo corporativo
Ingeniero civil
Rut: 13.882.646-5
Fecha de nombramiento: 16/10/2017

Sebastián Simonetti

Gerente de venta a distancia corporativo
Ingeniero civil industrial
Rut: 13.442.409-5
Fecha de nombramiento: 1/03/2019

Mariadol Soto Becerra

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

Danny Szántó Narea

Gerente corporativo de transformación
digital, marketing y clientes
Ingeniero civil industrial
Rut: 7.979.722-7
Fecha de nombramiento: 1/04/2018

Comité Ejecutivo de Sodimac Chile

(al 31 de diciembre de 2019)

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

Esta instancia de administración es la 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 gerencia al gerente general, quien finalmente los comunica al directorio.

1. Ignacio Román Moreno

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

2. Juan Carlos Corvalán Reyes

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

3. Manuel López Pacheco

Contralor General Sodimac Chile y Filiales
Contador Auditor e Ingeniero Comercial
Rut: 8.378.631-0
Fecha nombramiento: 1/09/2016



4. Mariano Ariel Imberga

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

5. Fernando Valenzuela del Río

Gerente de Administración, Finanzas y Prevención
Ingeniero Comercial
Rut: 9.571.294-0
Fecha nombramiento: 1/10/2014

6. Luiz Ricardo Santos García

Gerente interino de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Industrial
RUT: 25.522.977-K
Fecha de nombramiento: 1/9/2019

7. Claudia Castro Hruska

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

8. Eduardo Mizón Friedemann

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

9. Ignacio Monteverde

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

10. 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

Movilizando a los líderes

(102-35)

Sodimac busca alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos de la empresa a través de una política de incentivos que incluye bonos de retribución vinculados a metas económicas y a 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 del Índice de Sostenibilidad, herramienta que anualmente mide la gestión realizada en esta materia.

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 2019 remuneraciones e incentivos que alcanzaron M\$18.245.289, mientras que en 2018 esta cifra sumó M\$19.710.329.

En tanto, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos ascendieron a M\$738.904 en 2019 y a M\$1.092.877 en 2018.

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



Ética y derechos humanos

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

Marco ético de Sodimac

Para la empresa, la sostenibilidad conlleva instalar y fortalecer mecanismos que salvaguarden el respeto de los derechos humanos en todas sus dimensiones, junto a valores y principios éticos, y el rechazo a prácticas de corrupción. El eje estructural y foco central de todo el accionar de Sodimac, sus ejecutivos y trabajadores, se basa en la valoración y consideración de la persona humana, su dignidad y derechos fundamentales.

La empresa considera los impactos potenciales que sus decisiones puedan significar en los derechos humanos de sus principales públicos de interés, estableciendo mecanismos de mitigación, prevención y remediación mediante los siguientes mecanismos:

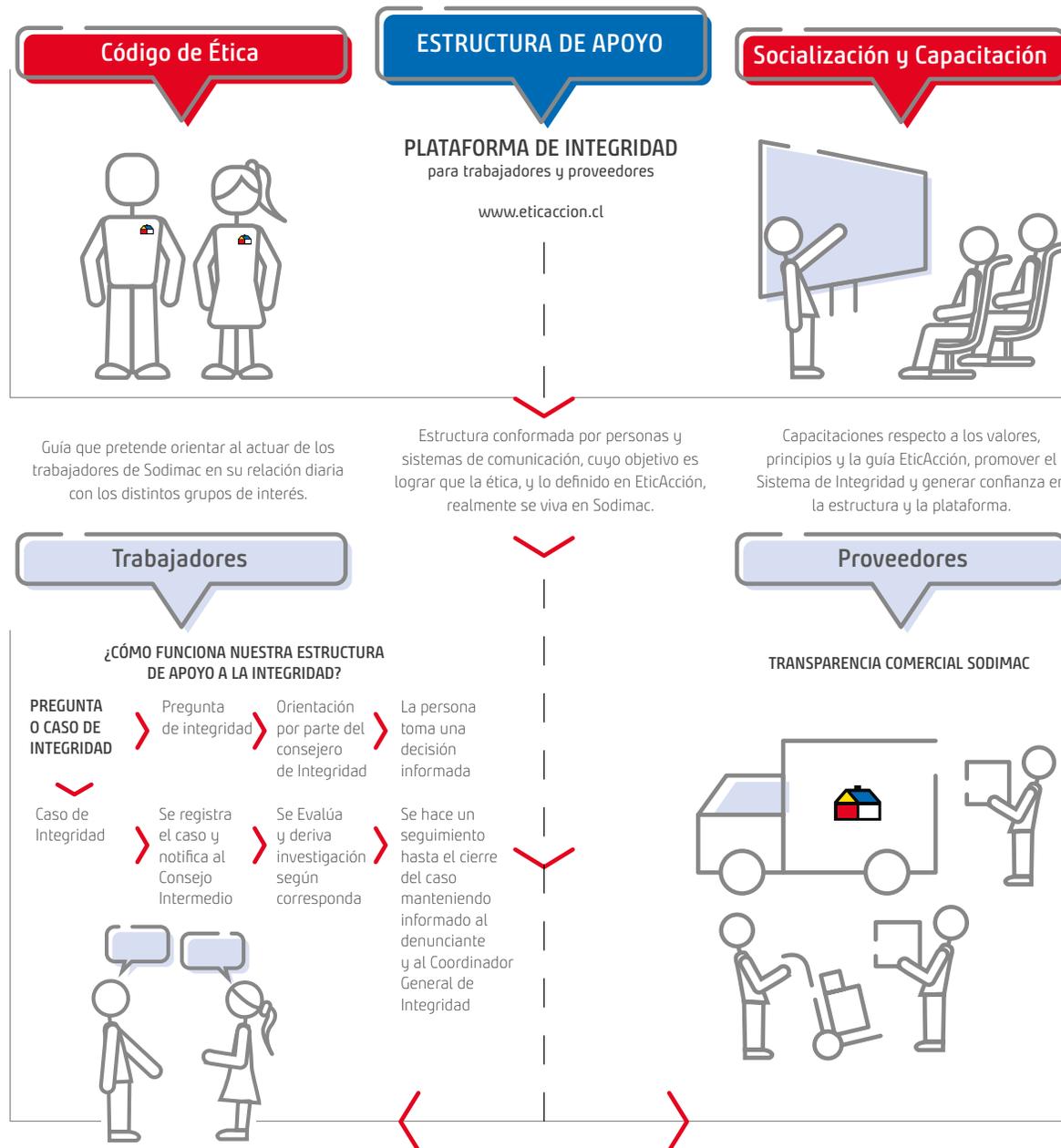
- Sistema de integridad corporativo.
- Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT).
- Programas de marketing y comercio responsable.
- Marco de relacionamiento con proveedores (Transparencia Comercial Sodimac).
- Sistema de gestión y desarrollo de proveedores.

Programa de Integridad Corporativo

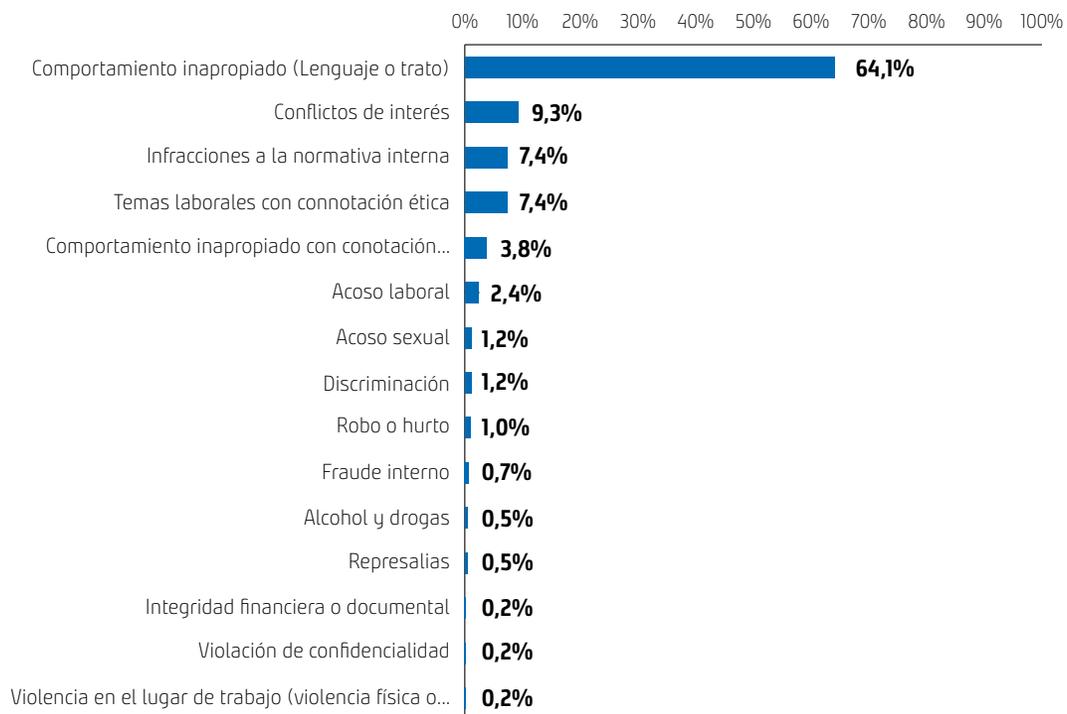
(102-16)

Sodimac cuenta con un Programa de Integridad Corporativo que identifica, previene y aborda eventuales situaciones que contravienen los valores de la empresa.

EL sistema busca prevenir fraudes, conflictos de interés y abusos de poder, entre otras conductas, e incorpora los variables contempladas por la Ley 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas en caso de delitos (soborno nacional e internacional, lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y receptación). También contempla una plataforma web y un canal de contacto directo para recoger 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.



Tipos de denuncias éticas



Canal de Integridad

(406-1)

Los trabajadores y cualquier otro grupo de interés de la empresa disponen de una plataforma web de denuncias y consultas operativa las 24 horas del día, que permite formular denuncias o consultas sobre temas de integridad. Pueden además comunicarse directamente con un consejero de integridad, función que desarrollan los asistentes sociales de la empresa, quienes cuentan con capacitación para asesorar a los trabajadores y canalizar sus inquietudes y denuncias. El proceso garantiza la confidencialidad del emisor, la investigación de cada caso y una apropiada solución.

La plataforma es operada de manera externa a Sodimac y de forma común para todas las filiales de Falabella, reforzando de esta manera la imparcialidad, objetividad y confidencialidad necesarias.

En 2019, a través de este canal se recibieron 567 contactos (consultas o denuncias) relativas a situaciones ocurridas en Sodimac, de las cuales un 75% se registró de forma anónima y un 25% con reserva de la identidad. Los temas denunciados fueron acoso laboral, conflictos de interés y actitudes no éticas, entre otras. El 82% de los casos investigados fueron analizados y cerrados, y el 18% estaba en investigación o en proceso de cierre al 31 de diciembre de 2019. En particular se presentaron nueve denuncias por discriminación, de las cuales ocho se

encuentran cerradas. De estos ocho casos, todos tuvieron como resultado no probados y un caso se encuentra en proceso de investigación.

De las investigaciones realizadas a raíz de estas denuncias se realizaron 33 desvinculaciones.

Nº Contactos	2017	2018	2019
Anónima	172	308	424
Reserva	39	123	143
Total	211	431	567

Fuente: Sodimac.

Acciones en materia de cumplimiento

Sodimac trabajó con la consultora BH Compliance para certificar la efectividad del modelo implementado por la empresa con el objeto administrar, supervisar y prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas.

En 2019 conforme a las modificaciones legales introducidas a la ley 20.393, por las leyes 21.121 y 21.132 Sodimac S.A. implementó una actualización a su modelo de prevención de delito, incorporando los nuevos tipos penales contemplados en la normativa que rige responsabilidad penal de las personas jurídicas; destacando delitos de corrupción entre particulares, administración desleal, negociación incompatible, apropiación indebida y contaminación de aguas.

Durante el ejercicio también se implementó una herramienta de GRC (Gobernabilidad, Riesgo y Cumplimiento), para configurar y estandarizar matrices de riesgo del negocio, así como protocolos de uso y actualización.



Gestión de riesgos y cumplimiento

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

Sistema de gestión de riesgos

Sodimac posee una metodología para identificar oportunamente los riesgos que puedan comprometer el logro de los objetivos del negocio y su relación con los distintos stakeholders, estableciendo controles y responsabilidades para prevenirlos y/o mitigarlos.

Tiene una matriz de riesgos que aborda los aspectos económicos, sociales, laborales, ambientales, éticos y de gobierno corporativo, basada en un levantamiento realizado en cada gerencia, e integrados a los riesgos financieros, comerciales, de procesos y seguros operativos.

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

Durante el año se añadieron nuevos riesgos a la matriz, para el monitoreo continuo en paneles de vigilancia de auditoría interna, procesos financiero-contables, y gestión de personas y proveedores.

En 2019, los Comités operativos de Riesgo y Cumplimiento se reunieron con una periodicidad mensual, y también se efectuaron comités ampliados con los principales ejecutivos de Sodimac, presididos por el gerente general. En ellos se busca identificar y evaluar los riesgos inherentes, chequear los controles existentes y su efectividad, determinar los riesgos residuales (nivel de riesgo luego de implementar controles) y definir los planes de acción para aquellos riesgos inherentes que no han sido suficientemente mitigados. Se realizaron presentaciones al Comité Ejecutivo y al Comité de Directores, instancia en que la alta administración toma conocimiento de los riesgos del negocio, sus planes de mitigación e instruye respecto del cumplimiento de los compromisos y su priorización.

Debida Diligencia en DD.HH.

(102-29; 412-1)

Luego del Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos realizado en 2018, de acuerdo con los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU -cuyo alcance fueron las 74 tiendas, Oficina de Apoyo y Centros de Distribución de Sodimac Chile- participaron ejecutivos, trabajadores, proveedores, empresas contratistas y dirigentes sindicales, con 63 entrevistas y la revisión de 217 documentos. Los temas y riesgos levantados en este proceso se integraron a la correspondiente matriz de la compañía y se gestionaron durante 2019 en el Comité de Riesgo Operacional.

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

(*) Los temas y riesgos de DD.HH fueron incorporados transversalmente en los procesos.

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

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 2019 se realizaron 325 auditorías presenciales y 1.152 remotas, basadas en un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas, filiales y oficinas centrales.

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. Durante el ejercicio estas capacitaciones de probidad alcanzaron al 9% de la dotación total de la empresa. En el año se siguieron cursos presenciales para los cargos expuestos, alcanzando 228 ejecutivos de un universo de 294 cargos sensibles. Se realizó también el programa Mi Cliente, con capacitación en materia de derechos de los clientes.

Nº Unidades Auditables	2017	2018	2019
Tiendas y Venta Empresas (USE)	81	81	80
Bodegas	33	36	30
Filiales (*)	3	3	3
Oficina de Apoyo	161	151	173
Total	279	271	286

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

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

Cursos de entrenamiento	Nº de empleados 2017	Nº de empleados 2018	Nº de empleados 2019
Prevención y pérdidas	1.217	1.249	1.025
Personal de seguridad externa (*)	616	699	620
Auditoría interna	17	16	16
Total	1.850	1.964	1.661

(*) 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 continua mediante el sistema computacional “Panel de Control Remoto”, orientado a detectar tempranamente a nivel nacional cualquier desviación relativa a procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. El mecanismo cuenta con la gestión de otras áreas de la empresa, 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	2017	2018	2019
Mermas conocidas (Robo detectado)	Inventarios generales	94	101	109
	Inventarios diarios	24.852	23.086	28.347
	Panel de control	1.301	1.264	1.152
Fallas de procedimientos	Capacitación	4	21	1
	Amonestación	3	23	5
	Desvinculación	8	21	7
Abuso poder (acoso laboral y temas laborales)	Desvinculación	-	-	4
Apropiación indebida (fraude interno y hurto)	Desvinculación	-	-	2
Comportamiento inadecuado (connotación sexual y trato inadecuado)	Desvinculación	1	-	20

Fuente: Sodimac.



Nuestros Trabajadores



Nuestros trabajadores

Sodimac busca ser un buen lugar para trabajar, en el marco de un proceso de mejoramiento continuo, para atraer, formar y retener talentos, promoviendo su desarrollo laboral y calidad de vida, con relaciones laborales fluidas y transparentes.



Temas estratégicos

- Calidad de vida
- Clima laboral
- Diversidad e inclusión
- Formación y desarrollo profesional
- Diálogo social
- Salud y seguridad laboral
- Remuneraciones, beneficios y compensaciones

Hitos

- Sodimac se posicionó en el 8º lugar entre las mejores empresas para trabajar en Chile con más de 1.000 empleados, según GPTW.
- En el marco de la crisis social, la empresa buscó profundizar la capacidad de escucha y diálogo, para lo cual realizó 95 conversatorios con la participación de 1.116 trabajadores a lo largo de Chile.
- Procesos de negociación colectiva con cinco sindicatos, involucrando a más de 8.000 trabajadores.
- Sodimac superó porcentaje de trabajadores exigido en Ley de Inclusión Laboral.
- Se empezó a aplicar la herramienta eNPS para profundizar la capacidad de escucha de los colaboradores y seguir mejorando la experiencia interna.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Gestión del talento y desarrollo integral

Formación y Capacitación

(404-1)

Sodimac fomenta programas de capacitación y promoción alineados a los proyectos de vida, intereses, conocimientos y competencias, para que sus trabajadores estén en posición de asumir nuevos roles.

En esta línea, durante 2019 se realizaron cursos destinados a estandarizar el método de evaluación presencial y vincularlo a los estándares internacionales de selección. Además, se realizaron 9 ferias de capacitación para vendedores con un incremento de 25% en los cupos de asistencia y cobertura, permitiendo al 50% de la fuerza comercial de Sodimac elevar sus conocimientos respecto a productos, venta de proyectos, herramientas tecnológicas y diferentes servicios de omnicanalidad.

En total, se impartieron 494.633 horas de capacitación, beneficiando a 17.276 trabajadores, con un indicador promedio de 28 horas de formación per cápita.

Horas de capacitación compañía

Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2017	21.054	617.398
2018	19.571	511.617
2019	17.276	494.633

Horas de capacitación Sence

Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2017	12.504	323.168
2018	11.995	263.911
2019	11.079	321.305

Fuente: Sodimac.

Horas de Capacitación por cargo	2017			2018			2019		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	12.860	2.868	9.992	12.152	2.990	9.162	14.464	3.873	10.591
Profesionales y técnicos	109.714	46.468	63.247	83.049	34.213	48.836	74.460	34.004	40.456
Otros colaboradores	494.824	163.327	331.496	416.416	125.091	291.324	405.709	129.671	276.038
Total	617.398	212.663	404.735	511.617	162.295	349.322	494.633	167.548	327.085

Fuente: Sodimac.

Capacitación por género y cargo	2017			2018			2019		
	Nº Trabajadores	Nº Mujeres	Nº Hombres	Nº Trabajadores	Nº Mujeres	Nº Hombres	Nº Trabajadores	Nº Mujeres	Nº Hombres
Gerentes y subgerentes	529	118	411	499	115	384	503	119	384
Profesionales y técnicos	3.668	1.604	2.064	3.376	1.515	1.861	3.469	1.556	1.913
Otros colaboradores	16.857	6.136	10.721	15.696	5.512	10.184	13.304	5.008	8.296
Total	21.054	7.858	13.196	19.571	7.142	12.429	17.276	6.683	10.593

Fuente: Sodimac.



Escuela de Excelencia Sodimac

(404-2)

La Escuela de Excelencia Sodimac, dependiente de la Gerencia de Personas, se enfoca en una formación integral de profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y 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.

La mayoría de los cursos son desarrollados por Traineemac, organismo técnico ejecutor de capacitación (OTEC) certificado bajo las normas ISO 9001 y NCH 2778:2015, filial de Sodimac.

En el marco de esta instancia, durante 2019 se destinaron 494.633 horas de formación, beneficiando a 17.276 trabajadores (10.593 hombres y 6.683 mujeres).

Becas

Para complementar la formación que brinda la Escuela de Excelencia, en 2019 se otorgaron 119 becas para estudios superiores, 115 de idiomas y 2 para becas de maestría.



Cursos de transformación digital

con el fin de brindar un mejor servicio a los clientes, Sodimac continuó impulsando iniciativas para nivelar y capacitar a su dotación en el uso y manejo de herramientas digitales, y fomentar la usabilidad de todas las aplicaciones que la empresa ha implementado para facilitar la gestión interna.

Durante 2019 este enfoque se concentró en la implementación de SAP Learning, una herramienta de gestión para modernizar la entrega de reportes, gestión y difusión de los programas de formación presencial con los que cuenta la empresa. Este nuevo sistema permite a las jefaturas y a los propios trabajadores autogestionar su aprendizaje y visualizar sus mallas, cursos realizados y planificación anual y mensual, además de la oferta disponible.

Certificación por Competencias Laborales

En 2019 se realizaron 563 certificaciones por Competencias Laborales a trabajadores de Sodimac que se desempeñan en cargos de vendedor, cajero o reponedor. De este total, 288 desempeñan en la Región Metropolitana, 105 en la Región del Bío Bío, 99 en la región de Valparaíso, 41 en la Región del Maule y 30 en la Región de Antofagasta. Todos los evaluados del proceso fueron competentes en sus cargos, lo que permite potenciar su desarrollo en la compañía al motivar su crecimiento personal y laboral.

Desarrollo Profesional

(404-2)

Planes de sucesión

Sodimac posee un sistema de identificación, medición y ampliación de competencias laborales. El modelo se orienta a potenciar el desarrollo de carrera de los trabajadores, detectando perfiles internos con potencial para considerarlos cuando se produzcan procesos de búsqueda para cargos clave.

También existe un plan de sucesión en todos los locales, utilizado al momento de definir los ascensos en cargos de gerentes y subgerentes de tienda. También es una herramienta en la selección de los trabajadores que participan en diplomados especiales destinados a fortalecer habilidades directivas y de gestión del retail. En este sentido, durante 2019 hubo 9 ascensos: 6 Jefes de Departamento a Subgerentes y 3 Subgerentes a Gerentes (6 hombres, 3 mujeres).

Adicionalmente, Sodimac aplica 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. Este programa busca acompañar a los trabajadores en su proceso de desarrollo, definiendo diferentes etapas de evaluación, formación y práctica, de modo que, al ocupar el cargo de Jefe Departamento de Ventas, ya cuenten con las habilidades necesarias, facilitando su adaptación al cargo. En el año, se recibieron 371 postulaciones y actualmente se encuentran 66 semillas en la última etapa de selección y formación.

Concursos internos

La empresa brinda la oportunidad de que empleados puedan ascender dentro de la organización mediante concursos internos como también la posibilidad de postular a otra tienda que permita que su calidad de vida mejore según cercanía a su lugar de residencia. Toda vacante que no cae dentro de Plan de Sucesión o Programa Semillero y que signifique algún crecimiento para los colaboradores en cargo o jornada, es concursable. En 2019 se realizaron 403 concursos internos a nivel nacional, con 1.928 postulantes. Hubo 186 seleccionados internos que tomaron nuevas posiciones en la compañía correspondiente al 46% de los concursos igualando el porcentaje logrado en 2018. En cuanto a los concursos externos, en el año 2019 se superaron los 44 mil postulantes entre las publicaciones realizadas en el sitio web para tiendas, centros de distribución, oficina de apoyo y call center.

Año	Concursos internos
2017	936
2018	686
2019	403

Fuente: Sodimac.



Programa de pasantías

En 2019, Sodimac participó en Talentum, un programa de pasantías del grupo Falabella, mediante el cual profesionales con un desempeño destacado se trasladan a otra empresa del holding para trabajar durante ocho semanas en el desarrollo de un proyecto de interés para el negocio. Esta iniciativa busca promover el desarrollo y la movilidad interna, incentivar el intercambio de buenas prácticas y culturas entre empresas, generar redes internas y aportar velocidad a proyectos estratégicos del grupo.

Academia de Liderazgo Sodimac

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

Se decidió que la metodología para transmitir y transferir los lineamientos a todos los líderes de la organización sería a través de los ejecutivos de primeras y segundas líneas, quienes a su vez se convierten en referentes y embajadores de este modelo. Ellos participaron de un Train the Trainers, inicialmente como receptores de los contenidos y luego siendo formados como relatores.

Esta iniciativa tiene como objetivo alinear a los ejecutivos, reforzando un sentido y propósito común en el ejercicio de su liderazgo y profundizando la colaboración y el compromiso de todos los participantes. Los talleres son en sí mismos una actividad de formación y desarrollo de habilidades de liderazgo, constituyendo espacios de reflexión, intercambio, en que se modelan conductas y valores, que luego serán transmitidos y permearán a toda la organización. Durante 2019, se capacitó a 1.602 líderes, alcanzando un 70% de cobertura total.

Actualmente se ofrecen diversas iniciativas para formar y reforzar las competencias definidas. En esta línea, se sumaron al plan de entrenamiento de líderes cursos específicos, charlas, talleres y seminarios, para que puedan potenciar y desarrollar sus habilidades en la gestión de personas, del negocio y de sus procesos. Un total de 186 líderes formaron parte de este programa compuesto por tres cursos: Técnicas de Gestión del

Desempeño, Gestión de Equipos, y Liderazgo para la Gestión de Equipos de Trabajo.

La Academia de Liderazgo Sodimac también continuó activa a través de la implementación de un programa de Liderazgo 3.0, bajo cuyos parámetros se entregan herramientas de gestión que potencian el desarrollo de líderes en la empresa.

Evaluaciones de desempeño

(404-3)

La Evaluación de Desempeño es un proceso formal llevado a cabo cada año, donde participa todo empleado que haya trabajado durante al menos tres meses en Sodimac. En 2019, se evaluó bajo este mecanismo al 99% de los trabajadores que cumplen con los criterios para ser evaluados, equivalente a 15.623 personas (60% hombres y 40% mujeres).

Para la plana ejecutiva la empresa aplica procesos de Evaluación 360, lo que abarcó a 162 personas en el año (125 hombres y 37 mujeres).

El año 2019 Sodimac implementó importantes cambios y mejoras en su evaluación de desempeño, que se aplicarán en el próximo proceso. Se cuenta con una evaluación más simple y con nuevas competencias, compartidas para todos los negocios y países del grupo Falabella. Además, se migró a una nueva plataforma de evaluación, más flexible, intuitiva y con nuevas funcionalidades. Se realizó una gran campaña comunicacional para toda la organización, impartiendo charlas, talleres explicativos

en vivo y online, y disponibilizando material, dando cobertura de esta forma a evaluadores y evaluados de todas las instalaciones.

Evaluación de desempeño Trabajadores evaluados

Año	Mujeres	Hombres	Total
2017	5.727	8.472	14.199
2018	5.783	8.642	14.705
2019	6.214	9.409	15.623

Fuente: Sodimac.

Selección: Privilegiando la mano de obra local

(202-2)

Sodimac recluta en todo Chile a sus futuros empleados privilegiando a quienes residan en zonas cercanas a las tiendas o centros de distribución. Este criterio busca

contribuir a la calidad de vida de los trabajadores y al desarrollo de 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 organizaciones relacionadas a las comunidades colindantes a las tiendas (municipios, organizaciones sociales, universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica que brindan formación gratuita), con el objetivo de entregar oportunidades laborales y de desarrollo, y generar impactos positivos, entre jóvenes de escasos recursos.



Nuevas Contrataciones

Año	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	19	1	20	8	23	12
Profesionales y técnicos	184	122	262	184	165	103
Otros colaboradores	4.187	1.723	3.490	1.391	2.354	1.047
Total por género	4.390	1.846	3.772	1.583	2.542	1.162
Total	6.236		5.355		3.704	

Fuente: Sodimac.

Compensaciones

(202-1)

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. Trabajador con ingreso de entrada es aquel recién incorporado a la empresa, menor de 30 años, sin capacitación ni estudios superiores, y que en un alto porcentaje acaba de egresar de la educación media, siendo esta su primera experiencia laboral.

Esta política fomenta la empleabilidad de los jóvenes y la formación de profesionales del retail.

Año	Salario mínimo país (\$)	Salario inicial Sodimac (\$)	Relación Sodimac vs país
2017	271.620	405.697	1,49
2018	288.000	430.800	1,50
2019	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.



Resultado histórico en GPTW

En 2019, los responsables del ranking GPTW por primera vez decidieron realizar su evaluación diferenciando en el país a las compañías según su número de trabajadores.

De esta manera, Sodimac se posicionó en el 8º lugar entre las mejores empresas para trabajar en Chile con más de 1.000 empleados, con 81 puntos, siendo esta la mejor ubicación obtenida en su historia.

Un total de 15.033 trabajadores participaron en la encuesta, lo que llevó a una tasa de respuesta del 86%, un punto sobre lo alcanzado en 2018. Además, se registró un Índice de Satisfacción (Trust Index) de 81 puntos.



Tasa de respuesta del GPTW (Nº de trabajadores)

2017		2018		2019	
13.915		15.902		15.033	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
5.248	8.253	5.905	9.540	5.553	9.074

Nota: La diferencia en el total de respuestas GPTW se debe a que no todos los trabajadores se auto segmentan por género.

Fuente: Sodimac.

Tasa de respuesta por cargo

Cargos	Gerente o subgerente	Supervisor o jefe	Profesional o técnico	Administrativo /Operativo
2017	480	1.492	755	11.009
2018	508	1.639	868	12.887
2019	462	1.543	1.166	11.018

Nota: La diferencia en el total de respuestas GPTW se debe a que no todos los trabajadores se auto segmentan por tipo de cargo.

Fuente: Sodimac.

Índice	2017	2018	2019
Trust Index	77	81	81
Gestalt	81	86	85

Trust Index: Corresponde al promedio de todas las dimensiones de la encuesta.

Gestalt: Corresponde a la pregunta de si ésta es una buena empresa para trabajar.

Fuente: Sodimac.

Trabajadores y crisis social

Resguardar la seguridad trabajadores y clientes ha sido prioridad en el marco de la crisis social iniciada el 18 de octubre. La empresa ajustó sus horarios de trabajo, dio facilidades en traslados, hizo cambios en los incentivos e incrementó el teletrabajo, entre otros.

Asimismo, los colaboradores de las tiendas que sufrieron incendios (Homecenter Los Carreras en el centro de Concepción y el Constructor ubicado en Conchalí) fueron reubicados en otros locales. Lo mismo hizo la filial Imperial en el caso de su tienda de San Bernardo.

Gradualmente hacia el cierre del año se fueron retomando las operaciones normales, pero se definió mantener un horario de operación reducido hasta las 20:30 horas en la mayoría de las tiendas de lunes a sábado y hasta las 20:00 hrs en domingo. En retail no siempre es fácil reducir los horarios dado que se establecen en respuesta a necesidades y hábitos de los clientes, pero esta medida contribuirá a una mejor calidad de vida de los trabajadores.

Conversando en el contexto de la crisis

Con el objetivo de intentar profundizar en la capacidad de escucha y diálogo de quienes trabajan en la organización, se llevaron a cabo 95 conversatorios en los que participaron 1.116 empleados de todas las tiendas y centros de distribución a lo largo de Chile.

Estos encuentros tuvieron lugar durante noviembre y diciembre, y se estima que a partir de sus resultados Sodimac contará con una retroalimentación de gran valor para luego poder plantear propuestas de mejoras tanto para la empresa como para el país.

NPS del colaborador

Con el fin de escuchar mejor a los colaboradores e identificar las oportunidades de mejora y los momentos destacables en sus experiencias, en 2019 se empezó a aplicar el eNPS (employee Net Promoter Score), que es una encuesta que se responde muy ágilmente y es administrada de forma semestral, con participación voluntaria y confidencial.

Tener un equipo comprometido y satisfecho es fundamental para la empresa y resulta clave para entregar una buena experiencia a los clientes y cumplir con las expectativas de los distintos públicos de interés.

Calidad de vida

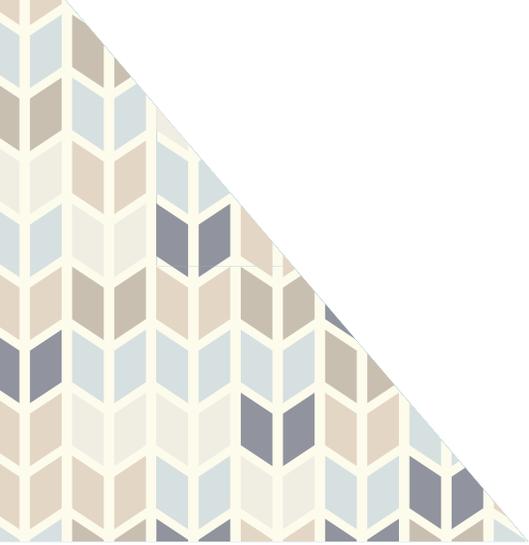
(401-2)

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

Principales Beneficios (M\$)

	2017	2018	2019
Bono de vacaciones	4.592.905	4.747.299	5.293.345
Antigüedad y permanencia	865.067	957.172	965.003
Bono de asistencia	3.267.621	3.775.295	4.028.035
Aguinaldos	1.728.921	1.910.306	1.974.039
Sala cuna	1.111.276	972.138	1.007.340
Beneficios por traslados	2.984.352	3.187.954	3.406.169
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	1.393.242	1.575.790	1.329.032
Eventos corporativos	2.364.257	2.579.293	2.022.267
Casino y colación	11.742.090	13.233.166	12.872.973

Fuente: Sodimac.



Principales programas

Orientación y apoyo social

Sodimac cuenta con 65 asistentes sociales, quienes se desempeñan en todas las tiendas, bodegas, centros de distribución y oficinas de la empresa en Chile, atendiendo las necesidades de trabajadores y sus familias de forma personalizada y confidencial.

Adicionalmente, se realiza un trabajo sistemático de apoyo y contención a los trabajadores con problemas de alcohol y drogas, brindando asesoría, derivación y seguimiento y, en algunos casos, ayudas económicas para tratamientos de rehabilitación a través de un convenio con la Fundación Paréntesis. Durante el 2019 esta iniciativa benefició a cuatro trabajadores.

Programa de Vivienda

La empresa busca respaldar los esfuerzos de los trabajadores que buscan materializar el sueño de la casa propia, brindando información sobre los beneficios estatales para obtener una vivienda (asesoría y orientación en las postulaciones a subsidios habitacionales) y respecto a las ayudas que Sodimac otorga en este sentido. Concretamente, en 2019 la empresa concedió préstamos para facilitar este proceso a 45 trabajadores, por un monto de \$19 millones aproximadamente.



Igualmente, se dio continuidad al programa “Nuestra Casa Contigo”, que apoya proyectos de mejoramiento de viviendas de trabajadores en situación de vulnerabilidad, aportando como organización recursos económicos, en tanto que trabajadores inscritos en programas de voluntariado corporativo concurren con mano de obra. Durante 2019 el programa benefició a 84 trabajadores que cumplieron con los requisitos de postulación, concretándose 120 proyectos en sus hogares.

Programa de Salud

Sodimac cuenta con un programa que 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 los trabajadores pueden optar a planes exclusivos u optar a planes con precios preferenciales en relación con el valor en el mercado. Se mantiene un seguro complementario de salud, dental y catastrófico con la Compañía de Seguros Chilena Consolidada, el cual es financiado entre la empresa y el trabajador, dónde se otorgan diferentes coberturas de salud para el trabajador y sus cargas. Actualmente pertenecen a este seguro 8.921 trabajadores y 6.333 cargas.

Programa de Deportes

Considerando la importancia que tiene la salud física y mental para las personas, y su aporte a una sana convivencia laboral y el clima interno, la empresa impulsa un programa deportivo por el cual durante 2019 se realizaron 311 actividades deportivas. Las principales actividades fueron campeonatos regionales, programas de pausa saludable, acondicionamiento físico, encuentros de fútbol, tenis de mesa, clases de pilates, yoga, zumba, baile entretenido, corridas, gimnasios entre otras.

Participantes en actividades deportivas

2017	12.224
2018	14.619
2019	24.928

Fuente: Sodimac.

Programa de Calidad de Vida

Sodimac busca generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante la prevención y la asistencia. Entre las principales acciones realizadas en 2019 en este ámbito, destacan actividades tendientes a fomentar el autocuidado, manejo del estrés, alimentación saludable, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas entre

otras, Durante 2019 se realizaron 501 actividades con una participación de 26.553 personas en las diferentes instalaciones de la empresa de todo el país.

Programa de Cultura

Cada año, Sodimac diseña una agenda cultural para aportar al desarrollo integral de los trabajadores y sus familias, lo que incluye conciertos, exposiciones, obras de teatro, danza, salidas culturales, bailes de salón, concursos de pintura y fotografías. Además, en cada uno de los lugares de trabajo se generan diferentes iniciativas artísticas, potenciando la cultura de la región.

En 2019, 8.671 trabajadores y sus familias participaron en actividades culturales a nivel nacional.

Participantes en actividades culturales

2017	7.496
2018	9.033
2019	8.671

Fuente: Sodimac.

Programa de Flexibilidad Laboral

Bajo el eslogan “+ Tiempo para Ti”, la compañía ofrece oportunidades a sus trabajadores para compatibilizar la vida personal con la laboral a través de tres grandes pilares. Durante 2019, 1.329 trabajadores se acogieron a alguna de estas alternativas:

- **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 hasta tres meses.

Biblioteca Sodimac

La empresa cuenta para sus trabajadores con una biblioteca que incluye desde ediciones de lectura complementaria para los hijos en edad escolar, hasta grandes clásicos de la literatura y todo tipo de novelas. Con más de 2.967 títulos, los trabajadores de Arica a Punta Arenas pueden solicitarlos a través de los respectivos jefes de recursos humanos.

Inclusión y diversidad

Desde 2015, Sodimac cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación, desarrollando un proceso de gestión planificado, sistemático, y comprensivo, que tiene como principal objetivo desarrollar un lugar de trabajo donde nadie sea excluido por un factor distinto al de su aporte profesional.

Para que todos los procesos internos sean efectivos, se incorporó durante 2019 en la inducción de todos los trabajadores un módulo de diversidad e inclusión, para que todos quienes comienzan a ser parte de Sodimac estén en línea con los principios de la empresa e incorporen la diversidad en su gestión.

También el equipo de Gestión de Personas fue capacitado de forma online sobre Diversidad e Inclusión, para alcanzar mayor cobertura. En este curso, se abordaron todas las diversidades (equidad de género, personas senior, con discapacidad, diversidad sexual, personas migrantes y de pueblos originarios).

Otra iniciativa son las prácticas laborales inclusivas, donde en conjunto con el Estado y en particular con Sence, se entrega una opción para poner en práctica los conocimientos en cursos de venta, e-commerce y reposición. Participan personas en reinserción social, mujeres jefas de hogar y personas en situación de discapacidad, con el objetivo de mejorar su empleabilidad y desarrollo de habilidades transversales.

Para que todos puedan contribuir desde lo que los hace únicos, Sodimac desarrolla una serie de iniciativas:



Personas en situación de discapacidad

El compromiso con la inclusión laboral y el desarrollo laboral-profesional de personas en situación de discapacidad (PeSD), se traduce, desde 2018, en un programa especial de ingreso que tiene por objetivo generar condiciones para que las personas con discapacidad puedan desempeñarse en igualdad de condiciones y considerando los ajustes necesarios. Para ello, Sodimac participa de forma activa en distintos espacios colaborativos público-privados, que le permiten incorporar y compartir las mejores prácticas.

El Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad contempla un proceso de selección con una 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. En este marco, se capacita a las jefaturas de recursos humanos y asistentes sociales de todas las ciudades donde Sodimac está presente con tiendas y centros de distribución, para que a su vez puedan instruir y apoyar

a los diferentes equipos acerca de una adaptación efectiva de las personas en situación de discapacidad.

Profundizando este esfuerzo, la Gerencia de Personas cuenta con el cargo de Coordinador de Diversidad e Inclusión que depende del área de Calidad de Vida.

Al cierre de 2019, en Sodimac Chile trabajaban 227 personas con discapacidad, de los cuales 188 están acogidos a la Ley de Inclusión, lo que corresponde al 1,05% del total de la dotación, con lo que la empresa superó el porcentaje exigido por la ley.

Otro de los esfuerzos, ha sido la adaptar la infraestructura de los distintos lugares de trabajo según la accesibilidad universal, con ello se han mejorado las demarcaciones, la señalética que indica los espacios accesibles, realización de rampas, implementación de huellas podotáctiles y rebaje de mesones, entre otros.



Equidad de género

(405-1; 405-2)

Desde 2019, participamos como grupo Falabella de la Encuesta Par Latinoamérica. Esta herramienta mide el desempeño en equidad de género en empresas privadas, entidades públicas y pypes. Con objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan en desarrollo de nuestras trabajadoras.

En concordancia con ello, la empresa cuenta con un sistema de remuneraciones que solo considera variables relacionadas con el valor profesional, de modo que no existen brechas salariales sustanciales entre hombres y mujeres en las diversas funciones.

En paralelo, existe un plan de sucesión de talento en tiendas que permite alcanzar cargos de mayor responsabilidad considerando elementos objetivos y en igualdad de condiciones.

En cuanto a la participación femenina, el 40% corresponde a trabajadoras. Donde el 18% del total de gerentes de tienda son mujeres, ocupan además el 24% de los cargos de subgerencia y el 44% de las jefaturas.

En el área de TI tenemos significativos avances, ya que 77 mujeres trabajan en esta área y 21 de ellas ocupan cargos de jefaturas en TI.

Sodimac comprende que, para fomentar el desarrollo laboral de las mujeres, es muy importante avanzar en corresponsabilidad. Debido a esto, se han implementado distintas medidas como flexibilidad laboral con posibilidad de trabajar en Home Office o variar el horario de ingreso y salida.

Además, hace más de 15 años, se otorga un beneficio de extensión del permiso postnatal que beneficia a los trabajadores hombres a un total de 8 días respecto de los cinco días que establece la ley en este sentido, otorgando la posibilidad de que quienes se han convertido en padres compartan durante más tiempo con su familia.

Brecha salarial por género

Cargo, Responsabilidad o función	Proporción del sueldo bruto promedio de ejecutivas y trabajadoras respecto de ejecutivos y trabajadores M\$
Gerentes y ejecutivos principales	86%
Profesionales y técnicos	100%
Trabajadores	102%

Interculturalidad

Sodimac forma parte de la Red de Empresas Interculturales desde 2018, instancia donde se comparten iniciativas en temas de diversidad cultural. Además, mantiene alianzas con distintas organizaciones de la sociedad civil, entre ellas el Servicio Jesuita a Migrantes, para promover la contratación de personas de otras naciones.

A diciembre de 2019, Sodimac contaba con un total de 905 trabajadores extranjeros, de 23 nacionalidades diferentes, distribuidos de

Arica a Punta Arenas en diversos cargos. Se ha abordado esta temática, desde un enfoque de respecto, donde ninguna cultura es superior a la otra y para facilitar este proceso existe un Manual de Contratación de Personas Migrantes y Comunicación Intercultural, y periódicamente se dictan talleres de certificación de competencias a través de Chile Valora para trabajadores migrantes y cursos de español especialmente dirigidos a haitianos.

Diversidad Sexual

Sodimac opera sobre la base de criterios basados en el respeto a todas las personas, sin distinción alguna por identidad de género u orientación sexual.

Esta convicción llevó a que, como organización, se decidiera incorporar el Acuerdo de Unión Civil como un equivalente al matrimonio en la política de beneficios para los trabajadores.

A su vez, existe un Protocolo de Transición de Género para facilitar el proceso de incorporación de las personas trans. En Sodimac, se respeta la expresión de la

identidad, y es por ello que se respeta el nombre social de las personas en transición y se educa sobre esta temática para acompañar el proceso de la mejor manera posible.

Un hito de 2019 fue la adhesión de la compañía a la conmemoración del Mes del Orgullo, actividad que fue difundida tanto en plataformas internas como en las redes sociales de Sodimac.

Generación senior

Sodimac promueve la interacción entre distintas generaciones al interior de la organización, valorando la contribución al clima laboral de los trabajadores de 60 años o más, quienes, con su experiencia laboral y de vida en general, ayudan a elevar los estándares de servicio de la empresa.

La compañía tenía 232 empleados senior al cierre de diciembre de 2019, muchos de los cuales se integraron a la dotación estando ya en esta etapa de sus vidas.

Reinserción Social

Desde 2019, Sodimac forma parte del Proyecto +R, el cual incentiva el proceso de inclusión al contexto laboral de jóvenes que han estado cumpliendo una sanción en el Sename. En diciembre se realizó la primera contratación, a través del apoyo de la Fundación Proyecto B, que acompaña el monitoreo y seguimiento en la adaptación al puesto de trabajo.



Prevención y Seguridad

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

Cuidado y seguridad de nuestros trabajadores

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.

Para la prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales Sodimac 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 la totalidad de las instalaciones de la empresa operan comités paritarios activos, a los cuales se capacita con un enfoque en la investigación y gestión de accidentes. Adicionalmente, cada año se realizan cursos, campañas, caminatas de inspección, planes de acción y seguimiento para minimizar las condiciones y conductas de riesgo, junto con potenciar el autocuidado, y en cada instalación

se lleva a cabo un reconocimiento mensual al trabajador que destaque en prevención de riesgos, para potenciar la actitud preventiva en la operación diaria de tiendas y bodegas.

Otra línea de acción son planes de trabajo tanto transversales como personalizados para las instalaciones, en base a la casuística de accidentes, lo que permite enfocar los recursos de manera más eficiente y resolver los hallazgos que se puedan detectar por medio de un proceso de mejora continua.

Alianza estratégica ACHS-Sodimac

El Área de Prevención de Riesgos de Sodimac mantiene una alianza estratégica con la ACHS, que incluye un plan para desarrollar actividades preventivas conjuntas, entre ellas, el programa Plan Personalizado en Seguridad y Programa de Prevención de Accidentes basado en el comportamiento.

El programa Plan Personalizado fue implementado en 12 tiendas y una instalación de la cadena de abastecimiento, instalaciones con mayor desviación en sus indicadores y se focalizó en el acompañamiento a la gerencia y trabajo continuo en la casuística de accidentes, buscando las mejores prácticas de trabajo para minimizarlos. Los resultados han sido positivos, durante 2019 el programa logró una disminución de accidentes de un 33% con respecto al año anterior.

La alianza también contempla el Proceso de Prevención de Accidentes a través del Comportamiento (BAPP). Este proyecto, desarrollado en 12 instalaciones y en proceso de implementación en tres tiendas y una instalación de la cadena de abastecimiento, identifica y modifica hábitos que influyen negativamente en la exposición al riesgo.

Los resultados han sido muy satisfactorios: durante 2019 el programa logró reducciones de accidentes laborales de un 14%, demostrando los beneficios de promover y generar una cultura preventiva mucho más profunda y continua en el tiempo.



Tasa de siniestralidad y accidentabilidad

(403-2)

A lo largo de la última década Sodimac ha logrado reducir la cantidad de accidentes laborales como de la misma forma la tasa de días perdidos (ausentismo debido a licencias médicas).

- Al terminar 2019 se alcanzó una tasa de accidentabilidad histórica de 1,35 y desde el año 2011 con una tasa de 6,39 y desde ese entonces hasta la actualidad la empresa registra una baja del 77%, lo que significa 814 accidentes menos en el transcurso de 8 años.
- En lo que respecta a la tasa de siniestralidad, durante 2019 fue 22,35 y desde el año 2011 se alcanza una baja del 65%, lo que significa 7.256 días perdidos menos.
- Se abordan también los accidentes de trayecto, que generaban en promedio un accidente diario y se obtuvo una disminución de 18%.

Estos resultados se deben a una política corporativa centrada en el cuidado por las personas y en 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. Asimismo, Sodimac exhibe una Tasa de Cotización Adicional Diferenciada de 0,00% (indicador utilizado para calcular el valor extra que cada empresa debe aportar a su organismo administrador mensualmente, siendo creciente a medida que la tasa de siniestralidad es mayor).

En 2019, se registraron 251 accidentes laborales, incluyendo las enfermedades profesionales y 3.935 días perdidos, incluyendo los días de arrastre del año anterior.

Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fórmula de cálculo: $\text{N}^\circ \text{ de accidentes} / \text{Promedio de trabajadores} \times 100$.
Fuente: ACHS

Días perdidos y tasa de siniestralidad



Fórmula de cálculo: $\text{N}^\circ \text{ de días perdidos} / \text{Promedio de trabajadores} \times 100$.
Fuente: ACHS



Accidentes, Días perdidos y Víctimas Mortales

Zona o Región	2017				2018				2019			
	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	672	37	1	0	594	36	0	0	373	26	1	0
Zona Centro	288	36	0	0	298	35	1	0	522	34	0	0
Zona Sur	804	82	2	0	851	90	1	0	795	67	2	0
Región Metropolitana	3.215	171	1	0	2.964	155	2	0	1.411	124	3	0
Hombre	3.529	250	2	0	3.161	214	3	0	2.136	177	4	0
Mujeres	1.450	76	2	0	1.546	102	1	0	965	74	2	0
Total	4.979	326	4	0	4.707	316	4	0	3.935	251	6	0

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

Fuente: ACHS

Relación con los sindicatos

(102-41; 407-1)

Al cierre de 2019 en Sodimac Chile operaban cinco sindicatos empresa, cinco sindicatos interempresa y un sindicato de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, los que en conjunto representaban a 14.014 trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del 78%, 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
2017	13.153	72%
2018	13.978	78%
2019	14.014	78%

Fuente: Sodimac.

Negociaciones colectivas

En el curso de 2019, se desarrollaron negociaciones colectivas con cinco de las organizaciones sindicales de la empresa, que en total agrupan 8.052 socios, equivalentes al 45% de la dotación. Estos procesos, que se cerraron sin necesidad de llegar a una mediación, significaron la firma de cuatro acuerdos de extensión de beneficios.

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. En estas ocasiones los representantes sindicales plantean diversas inquietudes y la compañía, a su vez, provee información sobre materias relevantes.

Asimismo, los sindicatos de tiendas (interempresas) establecen reuniones con los gerentes de tienda, Business Partner (Jefe Regional de Personas) y con el correspondiente jefe de recursos humanos, en la medida que tengan materias 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.

Formación Sindical

Sodimac busca ampliar aquellas competencias que fortalezcan las relaciones laborales y el desarrollo de los procesos de negociación colectiva, mediante un programa de formación orientado a potenciar las habilidades de los dirigentes sindicales.

En este ámbito, durante 2019 se organizó un taller de formación dirigido a los delegados y dirigentes que participaron en la Convención Anual del sindicato Nocesur. A través de un relator de la Escuela de Excelencia Sodimac, se realizó una jornada de ocho horas enfocada en "técnicas de comunicación y resolución de conflictos".

Judicialización de causas laborales

En 2019 hubo 162 denuncias de tipo laboral, canalizadas por las instancias legales de la empresa, con 149 causas resueltas y otras 13 abiertas y en etapa de investigación.

Causas Laborales

Año	Nº Denuncias
2017	426
2018	168
2019	162

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 206 juicios y demandas interpuestos por trabajadores externos durante 2019, de las cuales 113 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.

En el marco de la crisis social iniciada el último trimestre, se gestionó con las empresas subcontratistas de las tiendas que sufrieron incendios (Homecenter Los Carreras del centro de Concepción y Constructor de Conchalí) para reubicar a sus trabajadores.

	2017	2018	2019
Empresas externas (*)	105	118	123
Nº de trabajadores (**)	4.799	5.258	5.744
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 2019 la dotación estuvo compuesta por un promedio de 5.744 trabajadores subcontratados, de los cuales 3.534 eran hombres y 2.210 mujeres.

Fuente: Sodimac.



Nuestros Proveedores



Nuestros proveedores

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



Temas estratégicos

- Gestión sostenible de proveedores
- Calidad de productos
- Gestión de riesgos en proveedores
- Canales de atención y reclamos
- Gestión de pequeños proveedores

Hitos

- Lanzamiento del primer programa de innovación abierta de Sodimac Chile para startups.
- 195 proveedores internacionales y nacionales inscritos en Sedex y evaluados con protocolo SMETA.
- 346 proveedores internacionales han firmado la declaración de calidad y sostenibilidad.
- 219 empresas proveedoras participaron en la encuesta SSIndex de ESG Compass.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Gestión sostenible de la cadena de suministro

(102-9; 204-1)

La compañía cuenta con una amplia cadena de valor que suma más de 5.600 empresas de todo tamaño, con las cuales se articulan relaciones que favorecen una coordinación eficiente, con complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes.

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

Alrededor de 77% de las compras realizadas por la empresa en Chile son suministradas por compañías locales. La mercadería de origen extranjero, por su parte, alcanzan el 23% en 2019, siendo importada principalmente desde Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

Participación en compra proveedores

Origen	2017	2018	2019
Importado	24%	25%	23%
Nacional	76%	75%	77%

Fuente: Sodimac.

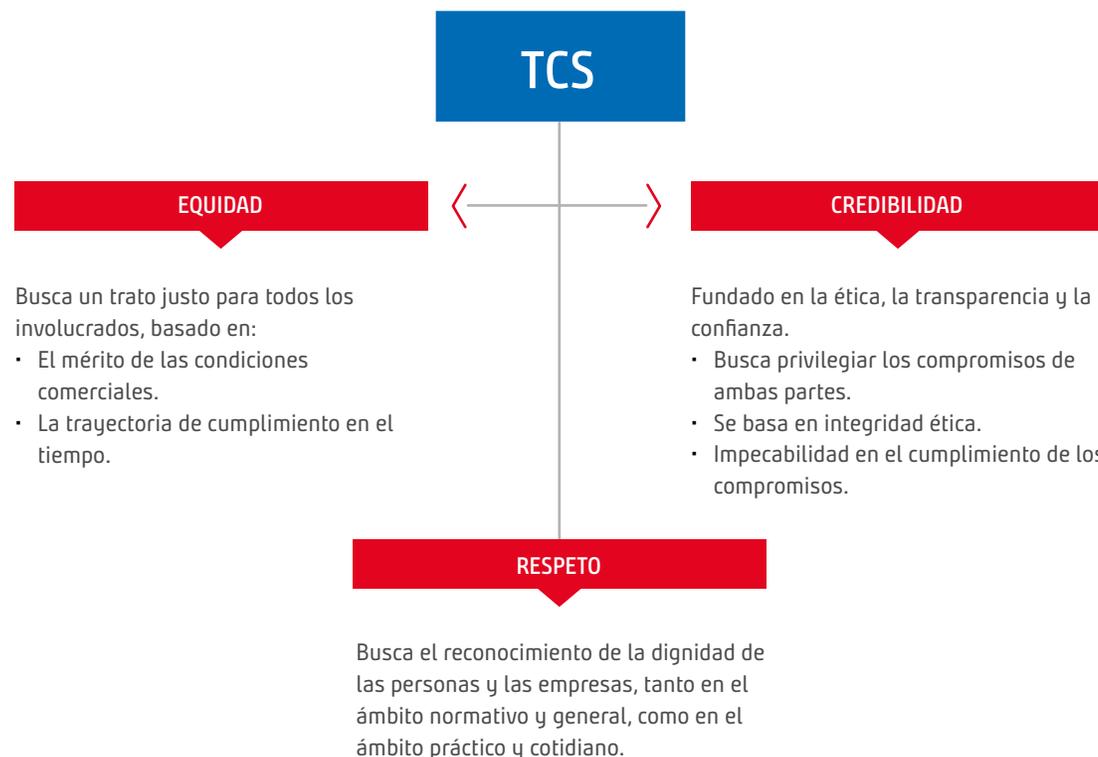
Además del precio, la estrategia de aprovisionamiento de la empresa considera la continuidad del proveedor, la calidad y seguridad de su oferta, políticas de mejoramiento continuo, buenas prácticas laborales, ambientes de trabajo adecuados, uso de elementos de seguridad y el respeto por las normas nacionales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

Transparencia Comercial Sodimac

(102-17)

La empresa aplica un marco normativo formal de autorregulación con sus proveedores denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), orientado a una operación conjunta basada en reglas claras. Esta política aborda:

- 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.



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

Bajo este marco, y conforme al compromiso de la organización con los derechos humanos, Sodimac rechaza el trabajo infantil y no contrata proveedores que empleen niños. En 2019 no se registraron denuncias o prácticas de esta naturaleza entre los proveedores fiscalizados.

Además, se busca contribuir al adecuado desarrollo comercial de la cadena de abastecimiento con medidas tales como pago de sus obligaciones con los proveedores en un plazo no mayor a 30 días, especialmente con empresas de tamaño mediano y pequeño, brindando mayor estabilidad y confianza a sus relaciones comerciales. En el marco de la crisis social iniciada en octubre, Sodimac se sumó al llamado de la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) e hizo un esfuerzo adicional de pago adelantado a pymes.

A través de los canales de atención y reclamos establecidos por la compañía, en 2019 hubo siete denuncias de proveedores por eventuales incumplimientos a las normas de TCS, las que fueron acogidas, analizadas y resueltas, adoptándose las medidas correspondientes para corregir cada situación.

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

Evaluando a nuestros proveedores

(308-2; 407-1; 414-2)

Sodimac siguió trabajando con la organización global sin fines de lucro Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) para impulsar mejoras prácticas empresariales en temas relativos a compliance y responsabilidad social. Con su asesoría, se gestiona un programa de abastecimiento responsable, difundiendo entre los proveedores contenidos relativos al cumplimiento de estándares laborales, medioambientales y éticos.

En 2019 proveedores nacionales e internacionales se sumaron a esta iniciativa, completando un total de 258 vigentes en la plataforma.

El trabajo con la cadena de valor en Chile implicó la evaluación de 192 proveedores nacionales e internacionales, sumando este año a 71 proveedores al proceso de evaluación, con el fin de supervisar el cumplimiento que Sodimac exige respecto a estándares en salud y seguridad de los trabajadores, normas laborales, respeto de los derechos humanos y el medioambiente. También se realizaron cinco auditorías iniciales a proveedores y un seguimiento a 46 proveedores, a fin de que resolvieran no conformidades encontradas en las respectivas auditorías.

Sedex 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.

Total de Proveedores Evaluados SEDEX

Origen	2017	2018	2019
Nacional	42	47	122
Importado	79	42	73
Total	121	89	195

Resultados Evaluados SEDEX 2019

Origen	Seguimiento	Aceptables	Total
Nacional	42	80	122
Importado	67	6	73
Total	109	86	195

Fuente: Sodimac.

Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

(308-2; 407-1; 414-1)

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 2019, 346 proveedores extranjeros (67% de los proveedores no chilenos) suscribió este compromiso.

En el período en Chile también se realizaron siete evaluaciones a instalaciones de proveedores, de las cuales cuatro corresponden a proveedores de marcas propias de un total de 148 proveedores incorporados a la cadena de suministro, supervisándose la calidad de sus productos y la aplicación del cuestionario de sostenibilidad. Además, se evaluaron fábricas de proveedores de Asia respecto a temas de calidad.

Cuestionario para Proveedores (*)

	2017	2018	2019
Total de proveedores extranjeros	1.111	805	518
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	703	544	346

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

Encuesta SSIndex de ESG Compass

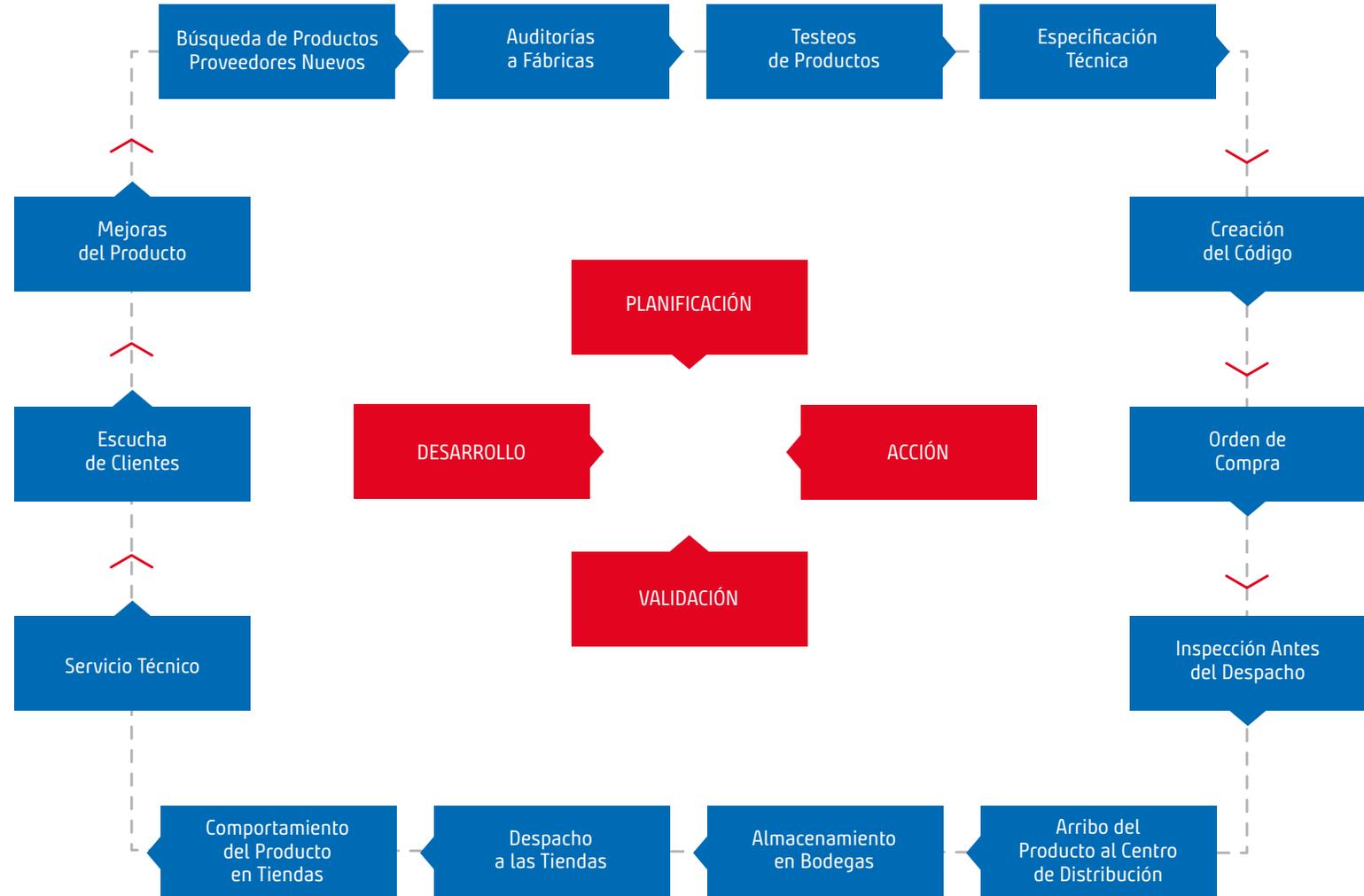
Sodimac emplea la herramienta de gestión SSIndex (Stakeholders Sustainable Index, o Índice Sostenible de los Grupos de Interés) de ESG Compass. Se trata de una encuesta que complementa los esfuerzos de la empresa en gestión de riesgos y monitoreo sostenible en su relacionamiento con firmas proveedoras. Durante 2019, 219 proveedores participaron en esta medición.

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 2019 este procedimiento involucró 3.040 inspecciones internacionales.

Este control también se aplica a los productos adquiridos a proveedores locales. En ambos casos, cuando se detectan problemas en la mercadería 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	2017	2018	2019
Asia	4.870	5.092	2.929
Europa	41	36	-
África	27	-	-
América	113	223	111

Fuente: Sodimac.

Proveedores inspeccionados	2017	2018	2019
Asia	713	527	346

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales

Estado de la inspección	2017	2018	2019
Aprobado	355	357	251
Rechazado	63	28	23
Total	418	385	274

Fuente: Sodimac.

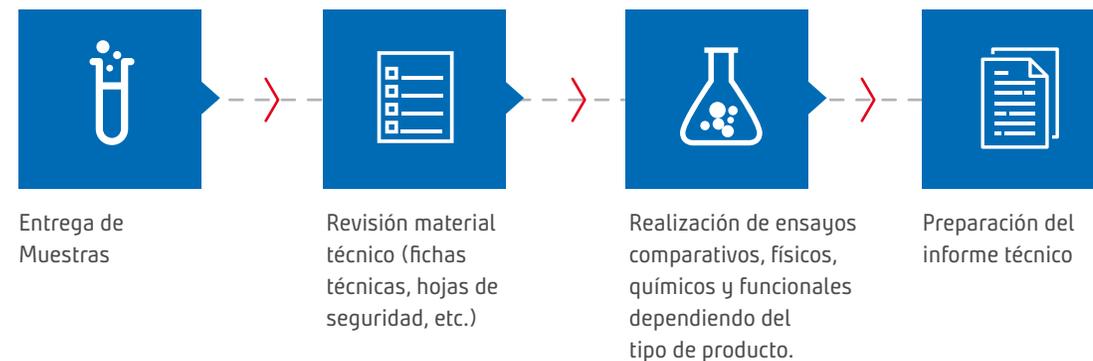
Testeo de productos

(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	2017	2018	2019
Testeos de productos en Chile	993 unidades	2.911 unidades	909 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 1.590 productos de estas marcas.

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 2019 se revisaron 17.142 productos de diversas categorías en el servicio técnico controlado por la empresa.

También se ofrece una red de módulos de soporte técnico ubicados en 59 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.

Atenciones de Soporte Técnico

2017	520.098
2018	352.812
2019	640.419

Fuente: Sodimac.

Recalls

(417-2)

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 2019, no hubo necesidad de realizar recalls de productos de marca propia.

Laboratorio de experiencia de uso

El área de Control de Calidad Corporativo también se preocupa de asegurar una buena experiencia de uso para los clientes, para lo cual la empresa cuenta con un laboratorio, certificado bajo la filosofía LEAN. Este cuenta con áreas de ensayos mecánicos, eléctricos, químicos y materiales, y zonas de instalación, armado y aplicación de productos. En dichas instalaciones, antes de comprar un producto laboratoristas especializados realizan evaluaciones para los distintos mercados de Sudamérica, empleando instrumental de medición y equipos de ensayos de primer nivel. Además, como parte de un proceso de mejoramiento continuo, se evalúa mercadería que ya esté en el mercado junto a ingenieros de desarrollo de productos, definiendo posibles avances en su diseño.

En 2019, el laboratorio evaluó 1.606 productos, considerando ensayos previos a su incorporación al surtido de Sodimac y testeos de control de productos ya disponibles en el mercado.



Innovación y Desarrollo de proveedores

Sodimac impulsa un concepto de co-creación de productos que se articula a través del Centro de Innovación de Proveedores (CIP), creado en 2012 por la empresa para sistematizar y gestionar el trabajo conjunto. Este modelo permite poner a disposición de la cadena de suministro el amplio conocimiento de la compañía sobre las demandas y expectativas de los clientes, para que defina de forma creativa y más directa su oferta, y que el resultado sean productos, servicios, modelos de negocio, experiencias y procesos mejor alineados con las necesidades del consumidor, lo que históricamente ha aportado nuevos productos de alto valor agregado al surtido de la cadena.

Complementariamente, desde 2017 está disponible el portal www.sodimacinnovacion.cl, una plataforma web de fácil uso y eficiente para que empresas de distintos tamaños, inventores y emprendedores presenten proyectos que puedan transformarse en soluciones concretas. La existencia de esta herramienta de innovación abierta ha permitido un acelerado aumento de las propuestas para el desarrollo de servicios, productos, softwares y experiencias, con más de 450 proveedores inscritos en el programa y la presentación de sobre 890 soluciones en diferentes rubros.

Primer programa de innovación Sodimac Chile

Durante 2019, Sodimac Chile lanzó su primer programa de innovación abierta. La iniciativa, implementada en alianza con las aceleradoras de innovación corporativa Innspiral y de negocios Imagine Lab, busca conectar la empresa con el ecosistema emprendedor, a fin de atraer capacidades externas que ayuden a implementar soluciones que mejoren la experiencia de los clientes.

En este marco, se efectuó una convocatoria que fue respondida por más de 200 startups, cifra que, tras diversas instancias de postulación, preselección y evaluación, derivó en la selección de cinco finalistas. Al cierre del año se estaba trabajando con las 5 finalistas, ejecutando reuniones de profundización de sus soluciones para llegar con propuestas concretas y viables, que permitan conectar su creatividad y capacidades, con los desafíos internos de la compañía. Se espera seleccionar a 3 startups para integrar la empresa en 2020.





Comercio inclusivo

Sodimac apoya a pequeños emprendedores para el desarrollo de productos con una factibilidad comercial real y que cumplan con los estándares de calidad exigidos por la empresa, los cuales, una vez listos, se distribuyen a las tiendas de la compañía para su venta al público. Esta política orientada a generar un impacto social positivo se ha traducido en un trabajo concreto con iniciativas como Espacio Mandela y Lalen.

Espacio Mandela busca contribuir al proceso de reinserción de personas privadas de libertad, brindando una instancia de formación laboral y humana a internos del Centro de Detención Preventiva Santiago Sur. Organizados bajo un modelo de cooperativa, Sodimac les aporta experiencia y conocimientos para que puedan aprender un oficio y contar con un ingreso estable que les permita integrarse a la sociedad al término de su condena. En el marco de esta iniciativa se

comercializaron en las tiendas mesas de madera plegable y mesas de centro y laterales, que han tenido una excelente recepción por los clientes.

En 2019 la empresa profundizó su alianza estratégica con Espacio Mandela, inaugurando una Bodega Sodimac al interior del Centro de Detención que permitirá agilizar la disponibilidad de materia prima para los participantes de la iniciativa y responder con mayor rapidez a las solicitudes de mercadería.

Lalen es una marca de micro emprendedores que diseñaron una línea de cojines inspirados en la naturaleza chilena y la cultura ancestral mapuche, cuya confección se encarga al Centro de Educación y Trabajo (CET) del Centro de Detención Preventiva de Puente Alto y luego se comercializan en las tiendas Homy.

Ferias de negocios

El año 2019, en el marco de las iniciativas del Centro de Innovación con Proveedores (CIP), Sodimac participó en tres rondas de negocios: en mayo, Sistema B en Lo Barnechea; en junio, Integre Santiago, rueda de negocios inclusiva de enlaces comerciales; y en octubre, Sistema B en la comuna de Santiago.

En estas tres rondas, Sodimac se entrevistó con más de 44 empresas proveedoras de servicios y productos, incluyendo servicios alimentación, hotelería, regalos corporativos, servicios de instalaciones, gráfica (señaléticas y letreros), outsourcing de personal y ropa de trabajo, entre otras, para su potencial incorporación como proveedores.

Entre los contactos realizados en estas rondas, cabe destacar que al cierre del año se evaluaba la incorporación al servicio de instalaciones de Sodimac de RED Maestra, empresa de gasfitería exclusiva de mujeres.

Nuestros Clientes



Nuestros clientes

Con el fin de obtener una retroalimentación que permita conocer de primera fuente las necesidades de los clientes, Sodimac mantiene herramientas de escucha en todas sus plataformas de atención. De esta manera, busca estructurar una oferta de productos y servicios diferenciadora, e implementar mejoras que apuntan a una mejor experiencia de compra y crecientes niveles de satisfacción.



Temas estratégicos

- Experiencia de compra
- Información del producto
- Comercio electrónico
- Educación y consumo responsable
- Responsabilidad con el cliente

Hitos 2019

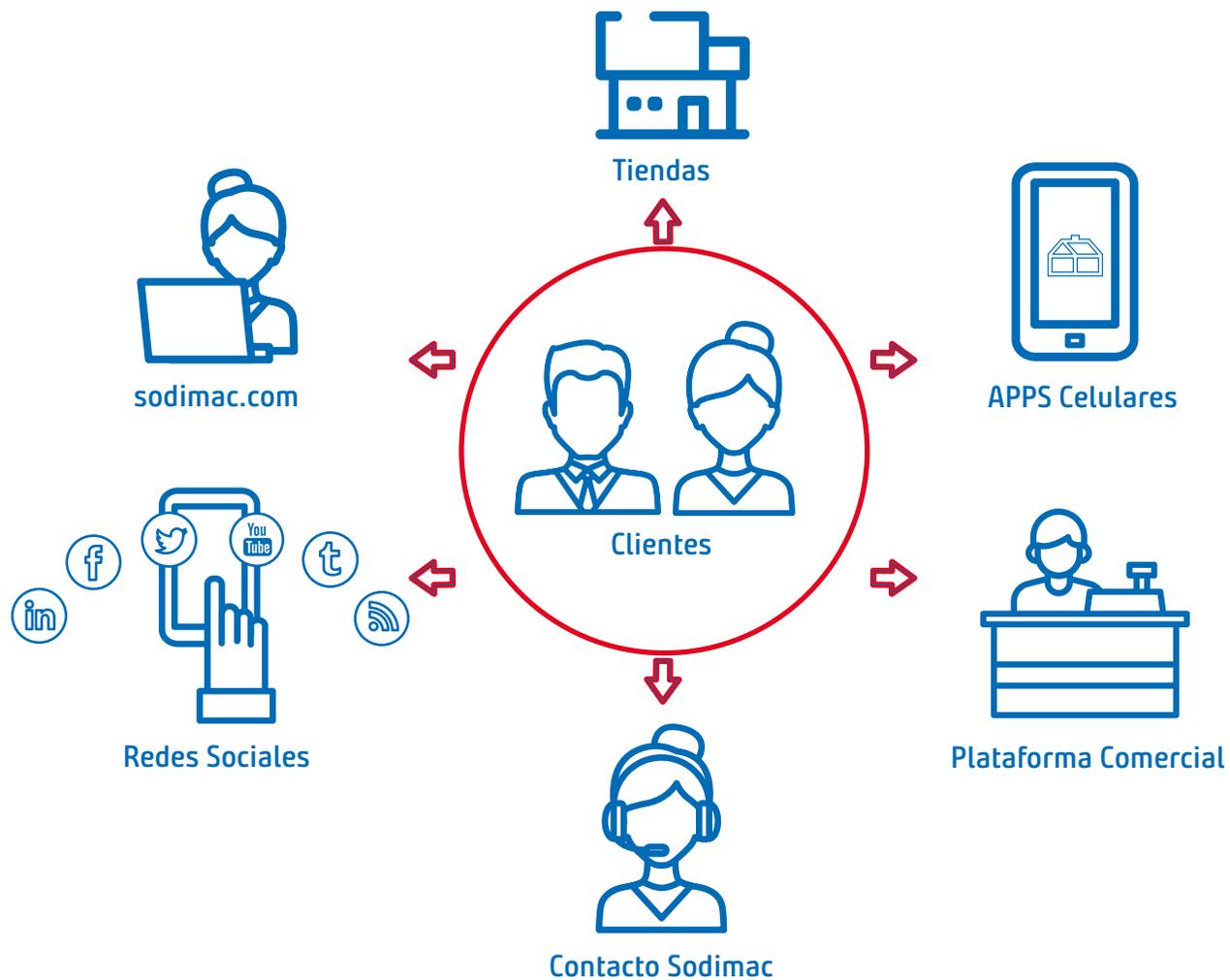
- 4º lugar en el Rep Trak Chile de Reputation Institute.
- 5ª posición en la medición Meaningful Brands, Havas Group 2019.
- 7º puesto en el ranking Merco sobre reputación corporativa.
- Se llevó a cabo la séptima versión de la Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas de Sodimac Constructor, el mayor evento de su tipo en Chile.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Experiencia de Compra

Sodimac desarrolla una estrategia de omnicanalidad, orientada a generar valor para los clientes en cualquier plataforma y que busca estar alineada con los profundos cambios que experimentan los hábitos de consumo a raíz de la transformación digital y la masificación del comercio electrónico.



Gestión de omnicanalidad y comercio electrónico

Bajo este contexto, en 2019 la empresa continuó impulsando importantes inversiones. En el ámbito tecnológico se avanzó en un cambio fundamental en la plataforma de e-commerce, migrando la base a microservicios, lo que permite avanzar dinámicamente en su desarrollo, aplicaciones y ecosistema de herramientas digitales en las tiendas. En términos de mejoras al contenido web, se publicaron 53.000 nuevas fotografías y más de 20.000 descripciones. Otro de los focos de este año fue potenciar el contenido generado por los usuarios; la plataforma e-commerce ya cuenta con más de 36.000 comentarios de clientes, con una nota promedio de 4,2 sobre un máximo de 5, en más de 12.000 productos evaluados.

En paralelo, se trabajó en transformar las tiendas para poder brindar a los clientes una experiencia diferente a la que puedan tener hoy en cualquier canal digital, ofreciendo en los locales espacios para sorprender, inspirar, poder tocar y probar los productos, que se complementan con la experiencia online.

En lo referido a la venta en tienda, este año se incorporó definitivamente el concepto de venta de extra surtido, servicios asociados y asesoría en la venta con los módulos

puntocom y tablets, que permiten venta guiada sobre todo el mix, cada vez más flexible y con mejor interfaz, facilitando la integración del mundo físico con el digital en una misma experiencia de compra.

En las tiendas hay habilitados más de 250 módulos.com, y el servicio Click & Collect (compra online y retiro en tienda) está disponible en todos los locales. También se cerró el año con 15 puntos de retiro cruzados en tiendas Falabella y Tottus, para mayor facilidad y conveniencia de los clientes.

En Sodimac.com se ofrecen más de 100.000 productos y servicios, y existe un esfuerzo permanente por ampliar la oferta disponible, para que los clientes puedan acceder a una mayor variedad de opciones de compra. Utilizando el modelo de marketplace, se incorporaron más de 20.000 nuevos productos, y se sumó además el nuevo modelo Cross Border, que permite acceder a más de 800 productos disponibles en otros países, que la empresa se encarga de traer en un tiempo razonable, dependiendo del lugar de origen. Actualmente se trasladan con regularidad productos desde Estados Unidos, Brasil, Europa y próximamente, desde China.



Escuchando a los clientes

Sodimac atiende requerimientos de los clientes en sus diferentes áreas a través de una serie de plataformas de escucha permanente:

- 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.

También se potencia el contacto por redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram y Youtube), existiendo una comunidad digital afín a los contenidos generados por Sodimac, que los comparte y también nutre a la empresa con feedback, consultas, comentarios, felicitaciones y recomendaciones, entre otras.

En 2019, la presencia digital de Sodimac significó un alza de seguidores en sus redes sociales de 52% en promedio, alcanzando un total de 4.166.537 seguidores y 20.835 apariciones positivas. Además, en el año se registraron 125 millones de visitas web y 66 millones de vistas en el canal de YouTube, entre otros avances.

Satisfacción de los clientes

(102-43)

La empresa utiliza el sistema de gestión Net Promoter Score (NPS) en todas sus tiendas, canales de comercio electrónico y en el área de Venta Empresas, con el objetivo de medir el nivel de satisfacción y calidad de la experiencia que perciben los clientes. Este feedback se analiza a diario y permite introducir mejoras en procesos y en la propuesta de valor, cambios en infraestructura física y tecnológica, así como en el estándar de servicio que Sodimac entrega, entre otros elementos que contribuyen a la satisfacción de las expectativas de los consumidores.

En 2019 también se empezó a medir específicamente el NPS del colaborador, entendiendo que una buena experiencia cliente parte por una buena experiencia del cliente interno, que también puede dar un feedback valioso para crear mejores planes de acción de cara al consumidor final.

Adicionalmente, en el año 2019 se creó la Gerencia de Experiencia Clientes, reorganizando los equipos de trabajo para dar una mirada más estratégica a la gestión de NPS y concentrando un equipo experto en la resolución de casos de posventa con los clientes. A través de esta nueva estructura, se potenció la metodología de trabajo con las tiendas (Círculo Interno) y las áreas transversales del negocio (Círculo Externo).

Durante el ejercicio se recibieron 215.116 encuestas NPS vía online. Al consultar a los clientes si recomendarían a un familiar o amigo una tienda Sodimac, el 67% respondió con nota 9 y 10 (dentro de una escala de 0 a 10), convirtiendo a dichos clientes en promotores de la marca.

Encuesta de Satisfacción

	2017	2018	2019
Cientes encuestados	194.740	270.142	215.116
Nota 9 y 10	65%	67%	67%
Nota 7 y 8	21%	19%	19%
Nota 0-6	14%	14%	14%

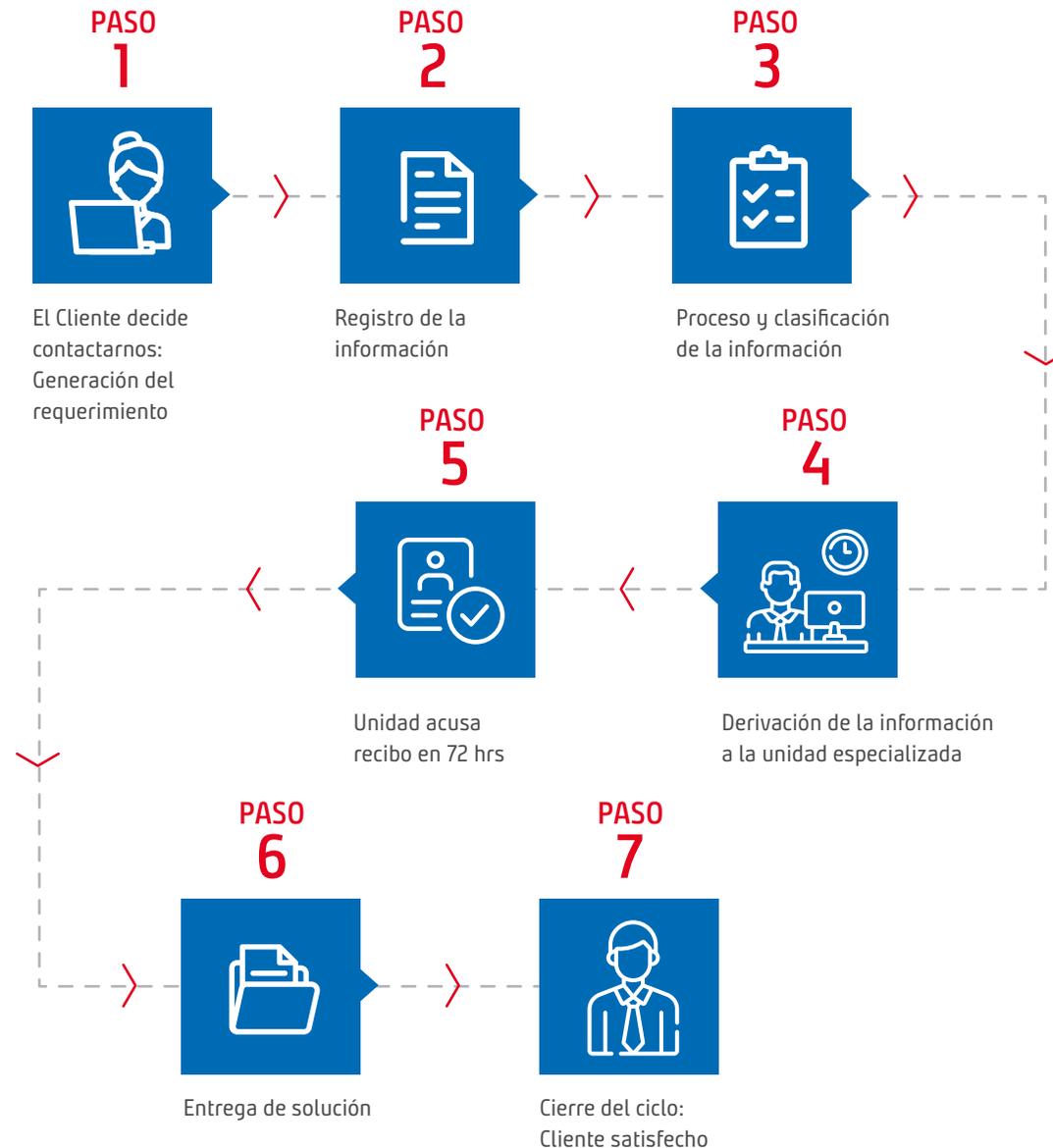
Fuente: Sodimac.

En 2019, Sodimac se mantuvo en el cuartil superior de la industria en términos del NPS (indicador de satisfacción de clientes), a pesar de la pequeña caída de un 1 punto con respecto a 2018, que se explica en su totalidad por la contingencia país, ocurrida en el cuarto trimestre.

Gestión de requerimientos y reclamos

(102-17)

Para procesar y responder cualquier solicitud, consulta, felicitación, sugerencia y reclamo presentado por los clientes a través de los canales antes citados, Sodimac cuenta con un mecanismo de gestión a cargo de la Gerencia de Atención a Clientes. Durante 2019 hubo 228.580 requerimientos, de los cuales 205.133 (el 90%) ingresaron vía internet, call center o por escrito a través de buzones, entre otros medios. Éstos representaron un 0,47% del total de transacciones realizadas en el año.



Año	Requerimientos de clientes (*)
2017	186.409
2018	202.951
2019	228.580

Fuente: Sodimac.

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

Ámbitos de requerimientos	2017	2018	2019
Reclamo	63%	62%	62%
Solicitud	22%	23%	25%
Consulta	8%	7%	8%
Felicitaciones	7%	8%	6%
Sugerencia	0,3%	0,3%	0,2%

Fuente: Sodimac.

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

Áreas de Reclamos	2017		2018		2019	
	N°	%	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	51.451	44%	55.109	44%	62.808	45%
Internet	20.584	18%	23.273	18%	31.047	22%
Productos	17.078	15%	18.183	14%	16.726	12%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	9.090	8%	11.722	9%	13.611	10%
Área ventas	7.854	7%	7.169	6%	6.265	4%
Otros	4.036	3%	3.973	3%	3.898	3%
Otros servicios de tienda	3.989	3%	3.760	3%	3.659	3%
Área cajas	2.666	2%	2.666	2%	2.956	2%
Total	116.748	100%	125.855	100%	140.970	100%

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, mediante una plataforma que permite recibir una notificación inmediata cuando llegan requerimientos de clientes a la repartición. La herramienta fue desarrollada por Sernac y Sodimac se compromete a dar una respuesta en un plazo máximo de siete días hábiles. En 2019, se recibieron 4.303 reclamos por esta vía, cuya resolución sirvió a la compañía para adoptar medidas correctivas.



Comercio y marketing responsable

Sodimac busca que sus clientes siempre cuenten con una adecuada disponibilidad, calidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrece, cumpliendo sus promesas, respetando los derechos del consumidor y aplicando políticas comerciales justas y transparentes. Sobre esta base, se lleva a cabo una comunicación de marketing basada en la buena fe, la competencia leal y prácticas de promoción diseñadas con un enfoque sostenible y criterios ajustados a la ética publicitaria.

Construcción de marca

En el esfuerzo de Sodimac por incorporar las mejores prácticas y la comunicación de sostenibilidad, se ha aumentado significativamente el uso de las plataformas digitales como canales de comunicación. Esto permite establecer contacto y dialogar con distintas audiencias, y brinda a la vez 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", "Fanáticos de las mascotas" y "Haciendo

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), que aborda materias generales de responsabilidad y ética en actividades asociadas al marketing directo, estando certificada por el código de autorregulación AMD.

ECO" donde se profundiza una consciencia de consumo responsable.

El esfuerzo de posicionamiento de marca también recibe un constante feedback a través de distintas mediciones. En 2019 destacan, en este sentido, el 4º lugar obtenido en el Rep Trak Chile de Reputation Institute; la 5ª posición alcanzada en la medición Meaningful Brands de Havas Group; y 7º puesto en el ranking Merco sobre reputación corporativa.

Datos personales y seguridad de la información

(418-1)

La empresa mantiene absoluta reserva de todos los datos personales de sus clientes y existe una total prohibición de entregar esta información a terceros, apegándose de forma estricta a lo que dicta la ley, aplicando rigurosos protocolos internos y sistemas de seguridad del más alto estándar nacional e internacional.

En 2019 no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

Procesos de retiro de productos (recalls)

(417-2)

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 2019 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)

Durante el año, la empresa enfrentó 66 juicios relacionados con la Ley del Consumidor, lo que representa una leve disminución en el número de causas respecto a 2018.

En esta materia, Sodimac ha estado preocupada de impulsar capacitaciones en sus diferentes áreas, para fortalecer entre el personal la comprensión del programa de cumplimiento corporativo.

Causas Judiciales – demandas

Concepto	2017		2018		2019	
	N° Juicios	Cuantía	N° Juicios	Cuantía	N° Juicios	Cuantía
Producto, información y etiquetado	27	\$10.945.689	32	\$7.502.911	12	\$2.287.990
Salud y seguridad	12	\$23.532.086	12	\$4.793.145	12	\$2.691.145
Otros	39	\$88.898.312	23	\$20.534.821	21	\$6.811.580
Incumplimiento de entrega	-	-	-	-	23	\$3.773.605
Publicidad y marketing	9	\$1.866.689	2	\$366.980	-	-
Total general	87	\$125.242.776	69	\$33.197.857	68	\$15.564.320

Nota: Los montos reportados se refieren a la cuantía pagada al final del juicio.

Fuente: Sodimac.

Programa Mi Cliente

En 2019 se realizó un programa de capacitación especial para seguir fortaleciendo el conocimiento interno sobre los derechos de los clientes y generar mayor conciencia sobre el rol de cada uno en la materia.

Programa Actitud

En la búsqueda constante de Sodimac por mejorar la experiencia que tienen los clientes al ser atendidos en las tiendas, nace el programa Actitud, el cual busca resaltar las habilidades y potenciar al máximo las competencias y el nivel de excelencia de vendedores y cajeros a lo largo de toda la cadena. Durante 2019, se capacitaron 4.337 trabajadores en este programa, siendo uno de los más masivos del año, logrando de esta manera que los clientes tengan una mejor atención y experiencia de compra.

Educación y consumo responsable

(413-1)

El compromiso de Sodimac con un desarrollo sostenible contempla una estrategia de economía circular que considera desde el diseño, empaque, reciclaje y reutilización de los productos, para abarcar toda la cadena con una visión 360.

La empresa ofrece a los clientes más de 4.000 productos con atributos ambientales y sociales, incluyendo aquellos que tienen más de un 50% de contenido reciclado, que son biodegradables en máximo seis meses y los reutilizables o rearmados. Entre ellos destacan varias líneas de artículos de aseo, así como productos de organización y menaje elaborados con residuos plásticos recibidos en los puntos limpios Sodimac, que es el resultado de una alianza suscrita por la empresa con TriCiclos y Comberplast.

Adicionalmente, este surtido abarca productos que permiten un consumo comprobadamente eficiente de energía o agua; como también elementos para un hogar saludable libres de VOC, es decir, de partículas químicas dañinas para la salud. Además, la compañía da espacio en sus tiendas a productos que generan impacto positivo en la sociedad, aportando así al comercio inclusivo.

En paralelo, Sodimac participa en diferentes campañas que buscan generar conciencia y aportar en la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático. En ellas resaltan iniciativas como “La Hora del Planeta”, “Salva La Tierra”, “Cambia el Clima”, “Desafío Tierra”, “Haciendo ECO” y “6D” con la reforestación del Cerro Renca, entre otras.

Más información en capítulo Medioambiente de este Reporte.

Círculo de Especialistas Sodimac

El Círculo de Especialistas Sodimac (CES) es un programa emblemático de la empresa 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.

El CES tiene más de 380 mil socios vigentes en todo Chile (*más información en www.circulodeespecialistas.cl*).

Actividades del CES	2017	2018	2019
N° de socios	416.000	402.123	388.000
N° de socios certificados SEC	60	60	60
N° de capacitaciones	624	497	495
N° de Becas	2.625	2.650	2.773

Fuente: Sodimac.

En el marco del CES, Sodimac ofrece un plan de becas de perfeccionamiento para maestros especialistas en alianza con Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad de Talca, Decon UC, UST, DUOC UC, CEDUC UCN, UTEM, UDLA y CDT CChC. En 2019 se otorgaron 2.773 de estas becas.

Los cursos impartidos se enfocaron en mejorar habilidades y competencias en: Gasfitería e instalaciones sanitarias; instalaciones eléctricas domiciliarias; instalador y mantenedor de paneles solares fotovoltaicos; perfeccionamiento gasfitería en baja presión; construcción con perfiles metálicos; instalaciones sanitarias de agua potable y alcantarillados; e Instalador y mantenedor de sistemas de climatización.

Al finalizar la capacitación, los becados reciben un diploma que certifica los conocimientos y habilidades adquiridos.



Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas

En marzo tuvo lugar la séptima versión de la Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas de Sodimac Constructor, el mayor evento gratuito de profesionalización y desarrollo en el mundo de la construcción en Chile, que durante tres días reunió a 20 mil personas en la Estación Mapocho.

Se realizaron más de 300 cursos gratuitos a los que asistieron 18 mil personas y otros 50 mil por streaming. Paralelamente, se llevó a cabo el concurso "El Mejor Maestro de Chile", certamen que convocó a más de 3800 participantes.



Manitos a la obra

Tras una pausa que duró todo 2018, la empresa retomó la serie de talleres "Manitos a la obra", iniciativa que permite a Sodimac vincularse con los niños de una manera creativa, ofreciendo a los menores y sus familias la posibilidad de descubrir habilidades y participar en actividades manuales de manera lúdica, ligadas a proyectos que pueden ser útiles para el hogar.



Hágalo Usted Mismo

Hágalo Usted Mismo (HUM) es una iniciativa de Sodimac que aborda necesidades y problemas comunes de todo hogar mediante tutoriales difundidos a través de capsulas videos en YouTube, talleres para clientes en tiendas y contenido especial distribuido en catálogos. Por estos canales se entrega conocimiento para fabricar distintos elementos, reparar y mantener las viviendas, entre otros temas.

Más información en www.hagaloustedmismo.cl

Hágalo Usted Mismo en Comunidad

La empresa impulsó por segundo año consecutivo, el programa "Hágalo Usted Mismo en Comunidad", dirigido a prestar asesoría a comunidades vulnerables mediante talleres sobre construcción y reparación, paso a paso, de distintos espacios en los hogares de acuerdo a sus necesidades y ayudar a mejorar su calidad de vida.

Los cursos son ejecutados por la Fundación Proyecto Propio en colaboración con varias otras

organizaciones aliadas de Sodimac, contando con módulos para aprender a mantener una casa en buen estado y ahorrar dinero en el proceso, generando proyectos inspiradores para la familia, vecinos y comunidad. En 2019 se realizaron 110 talleres en todo Chile.

Más información en www.hagaloustedmismo.cl/encomunidad

Compromiso con el **Medioambiente**



Compromiso con el medioambiente

Sumándose a la lucha contra el cambio climático, Sodimac mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, haciendo un uso más eficiente de los recursos. También impulsa acciones para generar consciencia y fomentar el cuidado ambiental en toda su cadena de valor.



Temas estratégicos

- Huella de carbono
- Eficiencia energética
- Productos sostenibles
- Gestión de residuos
- Logística y transporte eficiente

Hitos 2019

- Desde el 1º 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.
- Huella Chile: Sodimac obtuvo el sello “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.
- Sodimac inauguró un nuevo punto limpio en el mall Open La Calera, con lo cual la Red Nacional de Puntos Limpios de la empresa completó 19 ubicaciones en once regiones.
- La empresa adhirió al “Pacto Chileno por los Plásticos”, liderado por Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente.
- Junto con otras 12 organizaciones, Sodimac suscribió un Acuerdo de Producción Limpia (APL) para un sistema de gestión colectivo de los residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (AEE).

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Combatiendo el cambio climático

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

Sodimac desarrolla iniciativas para medir, reducir y mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) directas e indirectas generadas por su actividad, con el fin de mejorar su desempeño ambiental y reducir en un 30% su Huella de Carbono bajo control directo (Alcance 1 y Alcance 2) al 2021. Como resultado de los esfuerzos de mejoramiento continuo, en 2019 se obtuvo un importante avance.

Huella de carbono

Sodimac mide anualmente su Huella de Carbono desde el año 2010. Para ello emplea la metodología establecida en el Greenhouse Gas Protocol, con un proceso diseñado con apoyo de la empresa de ingeniería Proyectae.

La medición anual de las emisiones de GEI directas de la empresa considera los siguientes factores:

- Uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en fuentes controladas o propias.
- Emisiones indirectas por consumo eléctrico de la compañía en su infraestructura (tiendas, oficinas y bodegas).

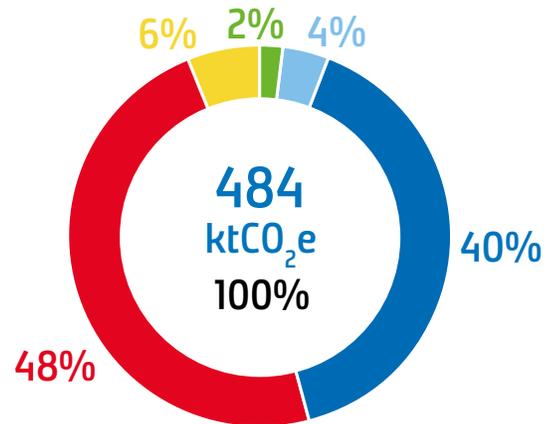
- Las originadas por transporte de productos, traslado de los clientes a las tiendas, traslado de los trabajadores, la manufactura de insumos operacionales de locales y oficinas corporativas, la disposición de residuos y reciclaje, viajes de negocios, comercio electrónico y la producción de combustibles.





Huella de carbono

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero



Combustibles y gases refrigerantes

Alcance 1

Fuente	% CO ₂ e
Diésel	5%
Gas natural	1%
GLP	69%
Gases refrigerantes	14%
Gasolina	12%



Electricidad

Alcance 2

Origen	GWh	% CO ₂ e
Red eléctrica	46	100%
Con atributo 100% ERNC		
Generación solar propia	85	0%
	3	0%



Transporte de productos

Alcance 3

Tipo	% CO ₂ e
Importaciones	43%
Venta bajo control	22%
Venta por terceros	35%



Transporte de clientes

Alcance 3

Medio	M pkm	% CO ₂ e
Vehículo particular	954	94%
Transporte público	339	6%
Caminando/Bicicleta	19	0%



Otros

Alcance 3

Fuente	% CO ₂ e
Transporte colaboradores	66%
Residuos y reciclaje	10%
Manufactura combustibles	8%
Viajes de negocios	7%
Insumos y servicios	5%
Comercio electrónico	4%

Fuente: proyectae

En 2019 los resultados de la medición arrojaron lo siguiente:

- Emisiones de GEI por 484 mil toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂e). Lo anterior representa una reducción de 14% respecto al año pasado, lo cual se explica principalmente por una disminución en las emisiones asociadas a transporte de productos, una disminución en la cantidad de visitantes a tiendas y a una mejor gestión de la energía.
 - Las principales fuentes son transporte y logística de productos (40%), transporte por visitas de clientes (48%) y emisiones por el transporte de colaboradores (4%). El año 2018 la generación de electricidad consumida fue una categoría importante, pero debido a las medidas implementadas ya no está entre las tres principales fuentes de emisión.
 - Del total de emisiones, Sodimac puede realizar un control más directo sobre las denominadas de "Alcance 1" y "Alcance 2", originadas por el uso de combustibles fósiles, fugas de gases refrigerantes y uso de electricidad, equivalentes a 28 mil tCO₂e (5,7% del total de la Huella de Carbono). De estas emisiones, el 71% proviene del consumo eléctrico.
 - En el año, las emisiones de GEI de "Alcance 1 y 2" bajaron un 13% respecto a 2018, debido a 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.
- El 43% de las emisiones de "Alcance 3" se origina en el transporte de productos y el 50% por el transporte de clientes a tiendas, sobre las cuales Sodimac ejerce un control indirecto a través de los servicios de transporte y logística contratados con terceros, y con 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 40 kgCO₂e/m² superficie tiendas y 0,42 kgCO₂e/UF ventas.
 - Los indicadores de intensidad del total de emisiones GEI Alcances 1, 2 y 3 fueron de 706 kgCO₂e/m² superficie tiendas y 7,3 kgCO₂e/UF ventas.
 - Además, se realizaron distintas actividades para gestionar la huella de carbono, de forma interna o mediante colaboración con sus proveedores. Estas son, despachos carbono neutral, instalación de paneles solares, compra de energías renovables, sistema de monitorio y gestión de la energía, ecodiseño en envases y embalajes, uso de radiotaxi carbono neutral para trabajadores, las cuales evitaron emitir 40.929 tCO₂e, lo que equivale a un 8,5% de la Huella de Carbono.

Gastos e inversiones ambientales

Durante 2019 Sodimac realizó importantes inversiones en materia medioambiental.

Nombre del Proyecto (M\$)	2017	2018	2019
Cambio de luminarias	954.009	1.810.477	847.196
Puntos Limpios	491.434	828.628	680.358
Tratamiento residuos	86.007	94.250	77.811
Medición Huella de Carbono	13.511	13.805	14.119
Inventario REP	35.495	34.357	20.670
Declaraciones Ambientales	74.622	59.560	68.988
Plataforma Medioambiental	37.767	51.802	36.265
Bodega Residuos	19.852	55.798	9.500
Asesoría Productos ECO	-	21.876	-
Auspicio Foro Construcción Sustentable	-	2.500	-
Residuos Orgánicos (casino)	-	1.099	-
Total	1.712.697	2.974.152	1.754.907

Fuente: Sodimac.

Transporte de trabajadores carbono neutral

Desde 2019, en Sodimac se ha trabajado para reducir y compensar la huella de carbono de la operación como parte del compromiso ambiental y de acción por el clima. Por ello, se utiliza la plataforma de Cabify para los desplazamientos de los trabajadores, donde en el año se recorrieron 38.658 km con el servicio, el cual compensó 7,6 tCO₂e.

Cabify es una empresa que neutraliza sus emisiones de carbono. Esto significa que miden su huella de carbono y compensan las emisiones de sus viajes, a través del proyecto Madre de Dios de reforestación en el Amazonas.

Reconocimiento de Programa Huella Chile

Desde 2018 la empresa participa en el programa Huella Chile, creado por el Ministerio de Medio Ambiente para fomentar la cuantificación, reporte y gestión de los Gases de Efecto Invernadero (GEI), y proveer esta información al Sistema Nacional de Inventarios de GEI.

Durante su segundo año siendo parte activa de esta iniciativa, Sodimac nuevamente obtuvo el sello "Cuantificación" para la medición de su huella de carbono y, adicionalmente, logró los sellos que acreditan la Reducción y Excelencia de la compañía a partir de su compromiso y mejora continua en estas materias.



Eco eficiencia operacional

En la construcción de sus tiendas Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices de US Green Building Council. En tal sentido, en 2008 inauguró en Copiapó la primera tienda de la industria del retail en Chile y Latinoamérica con certificación LEED, categoría Silver, la que posteriormente también fue otorgada a la tienda Sodimac Homecenter de Quilicura y al edificio corporativo ubicado en Renca.

Por protocolo interno, todo nuevo local o edificación asociada a las operaciones de la empresa se diseña y equipa según lineamientos internacionales de desarrollo sustentable, con estándares arquitectónicos y de infraestructura que propicien un uso eficiente de los recursos. En 2019, se avanzó en el cambio a iluminación LED sumando 27 tiendas del país. Además, se realizó un piloto de monitoreo y control de energía en cuatro tiendas, que se aplicó en los últimos tres meses del año. Considera control de iluminación de la sala de ventas en horario nocturno y control de demanda en horas punta, logrando ahorrar cerca de 0,17 GWh, lo que equivale a evitar la emisión de 70 tCO₂e.

La compañía tiene un área de medioambiente 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.



Avanzando en energías renovables

Junto con las empresas Solarity y EfeSolar, la compañía se encuentra desarrollando un proyecto que considera la instalación, entre 2017 y 2020, de paneles fotovoltaicos en los techos de 46 instalaciones de Sodimac Chile. Con ello, la proporción de energías renovables autogeneradas se elevará hasta un 34% del total de electricidad consumido por la organización.

En 2019, se instalaron 33 plantas y ya se encuentran funcionando 19 en diferentes tiendas del país, donde se inyectaron cerca de 3,5 GWh, lo cual evitó la emisión 1.412 tCO₂e. Ya en régimen, estos equipos generarán aprox. 46 GWh/año, equivalentes al consumo de más de

19.000 hogares chilenos, lo que evitará una emisión anual a la atmósfera de aproximadamente 20 mil toneladas de CO₂.

Complementariamente, en el marco del acuerdo que el grupo Falabella suscribió con Acciona Energía en 2017, Sodimac está reemplazando las necesidades energéticas de 38 tiendas e instalaciones de la empresa en todo Chile con energías renovables no convencionales (ERNC). La energía adquirida suma un total cercano a 85 GWh, lo que equivale a evitar la emisión de 34.432 tCO₂e, equivalente a un 7% de la huella de carbono de la empresa.

Huella hídrica (303-5)

Por las características de 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 agua potable consumida por las tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo de Sodimac es suministrada 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 aguas.

En 2019, se continuó con la gestión de levantamiento de la información sobre el consumo de agua. Este proceso ha permitido contabilizar un total de 1.429.225 m³, se

debe considerar que solo se consideraron 43 establecimientos que cuentan con factura directa de la sanitaria, por lo anterior se estimó el consumo de los otros establecimientos de la empresa.

El desafío para el próximo período es gestionar la medición de la totalidad de las tiendas del país para implementar planes de eficiencia hídrica.

En paralelo se realizará un programa de capacitación en formato e-learning en el cual se abordan diferentes temáticas ambientales entre ellas la problemática hídrica, incorporando módulos de concientización y medidas de ahorro del recurso, aplicables no solo en los lugares de trabajo, sino que también en los hogares de trabajadores y sus familias.

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 de agua en el hogar.

Comercio electrónico carbono neutral

Desde el 1º de marzo de 2019, todos los despachos realizados por Sodimac a partir de compras efectuadas desde el formato online son carbono neutral, incluyendo los dos eventos Cyber Day llevados a cabo durante mayo y octubre, en los cuales se registró un aumento relevante de las ventas a distancia de la empresa.

De esta forma, Sodimac se convirtió en la primera compañía en Chile en establecer este compromiso de carácter permanente, considerando un modelo que neutraliza las emisiones generadas por despachos de mercadería asociados a e-commerce, mediante la compra de bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable llevados a cabo en el país y registrados internacionalmente.

En 2019, se compensaron 80.830 viajes con despachos directo a domicilio que transportaron 1.235.940 reservas, neutralizando un equivalente de 3.351 tCO₂e.

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. Los clientes pueden seleccionar en el sitio www.sodimac.com los proyectos de ERNC que compensarán la huella de los despachos.

Más información en www.scx.cl



Cumplimiento y Gestión de residuos

(306-2)

Cumplimiento normativo

(307-1)

Sodimac desarrolla una Política de Sostenibilidad conforme a la legislación ambiental vigente y la adhesión voluntaria a diversos compromisos en la materia. Además, realiza sus declaraciones en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), plataforma creada por el Ministerio de Medio Ambiente para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información de emisiones, residuos y transferencias de contaminantes de las organizaciones.

Los requisitos legales ambientales realizados por la empresa abarcan doce ámbitos:

1. Manejo y disposición de residuos

Se han dispuesto bodegas de almacenamiento temporal de residuos autorizadas por las SEREMI de Salud, con el respectivo responsable, en el sistema web RETC. Cada retiro es declarado en dicho sistema y los movimientos se informan al Sistema Nacional de Declaración de Residuos (SINADER) y Sistema de Declaración de Residuos Peligrosos (SIDREP), y 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

En las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo existe una regulación que resguarda la correcta operación de los observatorios astronómicos que operan en dichas zonas, 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 para obtener una autorización de operación. El Centro de Distribución de Lo Espejo, por ejemplo, cuenta con dos RCA.

6. Control de plagas

Periódicamente se realiza un servicio de control de plagas y sanitización según los requerimientos de cada establecimiento, manteniendo las condiciones de higiene y salubridad para trabajadores y clientes, de acuerdo con la normativa.

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

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

11. Calificación industrial

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

Documento que indica el cumplimiento de las normativas de carácter ambiental, de salud y seguridad de un establecimiento industrial. Según el artículo 83 del Código Sanitario, es un trámite 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.

Sodimac tiene una política de recuperación y reciclaje de materiales de desecho, propios y generados por la comunidad, que incluye programas diseñados para la correcta disposición de los residuos.

Gestión de residuos

(306-2)

Disposición de residuos no peligrosos

Junto con Sorepa (Sociedad Recuperadora de Papel), la empresa aplica un plan de reciclaje del papel y cartón del proceso de embalaje que efectúan sus proveedores. En 2019 se reciclaron 5.176 toneladas 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. Los residuos no peligrosos que aún no cuentan con plan de valorización corresponden a 28.050 toneladas, los cuales son dispuestos en rellenos sanitarios debidamente autorizados.

Tipo de reciclaje	Unidad	2017	2018	2019
Residuos enviados a relleno sanitario	t	28.539	29.295	28.050
Residuos reciclados	t	5.447	5.663	5.080
<i>Reciclaje propio - cartón, papeles y bobinas</i>	t	5.094	5.190	4.728
<i>Reciclaje propio - film plástico</i>	t	207	215	148
<i>Reciclaje propio - maderas</i>	t	146	258	204

Fuente: Sodimac.

Disposición de residuos peligrosos

Para la eliminación de residuos sólidos y líquidos que se originan en la operación de sus tiendas, y que pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente, la empresa aplica un programa 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. Estos materiales se acopian y almacenan en contenedores plásticos debidamente rotulados y existe un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos. Además, 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, autorizada para el retiro y transporte de residuos peligrosos por la autoridad competente, se encarga de trasladar estos residuos hacia 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.

Residuos Peligrosos

Año	2017	2018	2019
Total Ton	141	93	85

Fuente: Sodimac.

Red Nacional de Puntos Limpios

El desarrollo de una Red Nacional de Puntos Limpios se alinea con la meta "cero residuos" impulsada por la compañía, habilitando por un lado espacios que ayudan a que los hogares también minimicen sus desechos, y adicionalmente, profundizando en la reducción del impacto que genera la operación propia.

Los 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. Desde 2018, gracias a una alianza con la compañía de telecomunicaciones WOM, la red también recibe residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso), con el fin de reciclarlos o, en conjunto con la Fundación Chilenter, reutilizarlos. El proceso incluye la extracción y reutilización de diversos componentes que pueden ser nocivos para el medioambiente.

En 2019, la empresa decidió trasladar el Punto Limpio que operaba en el Mall Puerta del Mar de La Serena a los estacionamientos de la tienda Sodimac Homecenter Balmaceda de la misma ciudad, estimando que la medida hará más cómoda y expedita la entrega de residuos para reciclar para los clientes y comunidad en general

de la Región de Coquimbo. Adicionalmente, la compañía abrió un nuevo punto limpio -el mayor de la Provincia de Quillota- a un costado del Sodimac Constructor ubicado en el mall Open La Calera,

Al cierre del año, la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac sumaba un total de 19 centros en once regiones de Chile, incluyendo el ubicado en las oficinas centrales de la empresa, lo que la convierte en la más extensa del país. Desde su creación en 2010, las visitas superan las 3,4 millones personas y se han reciclado 18.899 toneladas de material.

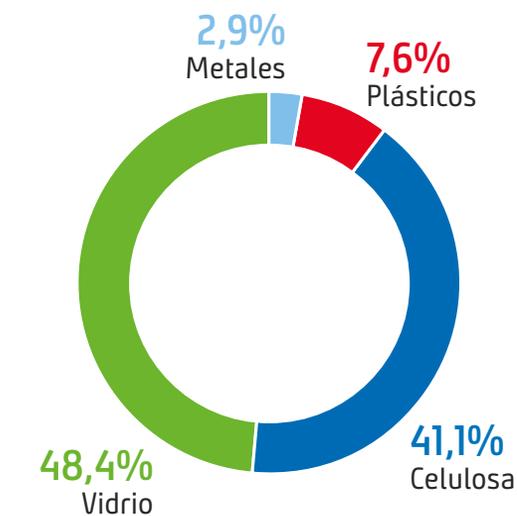
Reciclaje en Puntos Limpios

Año	2017	2018	2019
Toneladas	2.553	3.206	4.162
Visitas	505.263	832.049	847.097

Fuente: Triciclos.

Materiales Reciclados 2019

Distribución Material (%)



Fuente: Triciclos.

Alianza entre Sodimac y Polpaico

Profundizando sus compromisos con la sostenibilidad y para contribuir a elevar las tasas de reciclaje en Chile, la compañía selló en 2019 un convenio con Polpaico mediante el cual esta empresa productora de insumos para la construcción se integró a la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac, potenciando aún más esta iniciativa presente en once regiones.



Polpaico

La vida mucho mejor

Fomento al Reciclaje para Clientes

En el contexto de una activa implementación de la Ley REP, norma que reúne esfuerzos público-privados y de los consumidores, Sodimac aporta su experiencia para incentivar mejoras en los hábitos de reducción, reutilización y reciclaje tanto en organizaciones como en hogares, y lograr una reducción significativa de la generación de residuos. En este esfuerzo cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santiago y AmCham, entre otras instancias, llevándose a cabo iniciativas como las siguientes:

- Gestión de residuos para reciclaje de papel, cartón, stretch film y avances en la disposición de madera, alcanzando una tasa de reciclaje cercana a un 21%, 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. Desde 2017 se trabaja con proveedores

de algunas líneas de productos -como iluminación-, implementando cambios que han permitido reducir el uso de plástico.

- Sodimac suscribió un Acuerdo de Producción Limpia en 2016 cuyo objetivo fue establecer un plan de gestión para adelantarse a los requerimientos de la ley REP. Bajo dicho marco, en 2019 logró recuperar 152 toneladas de baterías de automóviles fuera de uso de los clientes del Car Center.
- Gestión continua de la empresa de neumáticos fuera de uso de los clientes del Car Center, alcanzando en 2019 una recuperación de 290 toneladas.
- Impulso de las campañas “Haciendo ECO”, dentro de un programa de recuperación de diferentes elementos en desuso de los clientes, para que sean refaccionados y/o reciclados. En 2019, se realizaron campañas de reciclaje de muebles, baterías de vehículos, parrillas y línea blanca logrando reciclar 44,6 toneladas de materiales y 41 muebles.
- En 2018 la empresa suscribió el 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 hasta destinos finales de eliminación de 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 el marco de esta iniciativa se desarrolló un proyecto de economía circular, para los residuos de pallets y maderas que se generan en las tiendas. Mediante una alianza con la empresa Armony, se generó un producto denominado Mulch, el cual se obtiene de estos residuos de madera y se comercializa en las tiendas Sodimac. Se utiliza el sistema de logística inversa usando los mismos camiones que llevan productos a las tiendas y en lugar de devolverse vacíos se llevan los residuos de madera para su proceso.



Sodimac adhiere a APL por residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

En 2019 Sodimac suscribió un nuevo Acuerdo de Producción Limpia (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. A la iniciativa, impulsada por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, se plegaron 13 empresas articuladas por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), a los que se sumó la organización Traperos de Emaus en representación de los recolectores de base.

El APL se implementará en un plazo 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 los desafíos respecto a almacenamiento, transporte,

pretratamiento y criterios de 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.

Lo anterior permitirá a las empresas prepararse 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.



Adhesión a The Circular Economy 100

Sodimac forma parte del grupo “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen MacArthur, una comunidad global de empresas, emprendedores, gobiernos y academia, que colaboran en el objetivo poder superar los criterios de una economía lineal y su impacto negativo

en los ecosistemas, cuidando el medioambiente. Los participantes comparten conocimientos y experiencias, y en la búsqueda de oportunidades de proyectos conjuntos para transitar hacia una economía circular.

Sodimac adhiere al “Pacto Chileno por los Plásticos”

Con su adhesión al “Pacto Chileno por los Plásticos” (PCP) que lideran Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente, Sodimac se sumó al objetivo de repensar el futuro de los plásticos, iniciativa que reúne a distintos actores de la cadena de valor: empresas, sector público y ONGs.

La iniciativa se enmarca en la Red Global de Pactos por los Plásticos lanzada en 2018 por la Fundación Ellen MacArthur en Reino Unido. Se

busca trabajar de forma conjunta y articulada, generando colaboración e innovación para proponer nuevas formas de fabricación, uso, reutilización y reciclaje de los plásticos.

Chile fue el tercer país en implementar el Pacto de los Plásticos, junto con el Reino Unido y Francia, y fue el primer país en Latinoamérica y primero en vías de desarrollo en sumarse a esta Red Global.



Reducción de Envases y Embalajes de productos y cambios en materialidad

Como parte de su política de sostenibilidad, Sodimac realiza esfuerzos para minimizar los residuos potenciales provenientes del empaque de los productos que comercializa. Para ello, implementa un programa de rightsizing, enfocado en la mercadería y sus empaques, con miras a una optimización que lleve a disminuir el consumo de plástico y cartón (con embalajes debidamente ajustados al tamaño del producto). Disponiendo más productos en un solo despacho, se obtienen menores emisiones de CO₂ por concepto de gasto de combustible para transporte y de un eficiente uso de los espacios en contenedores, bodegas y tiendas.

La empresa también se ha planteado el desafío de que el 100% de los envases y embalajes de productos que se ofrece a los clientes sea reciclable al 2020, partiendo por las marcas propias.

En 2019, se trabajó con proveedores rediseñando y disminuyendo el tamaño del envase de 3.403 códigos y a 1.600 códigos se le modificó la materialidad de sus embalajes de manera que sean reciclables en Chile. Esta medida logró ahorrar el equivalente a 507 TEU importados vía marítima y terrestre, lo que ahorraría 1.656 tCO₂e.

Promoviendo la sustentabilidad

Educación y consumo responsable

Sodimac fomenta, difunde e incorpora gradualmente los criterios de cuidado del medioambiente y de la economía circular entre clientes, trabajadores, proveedores y comunidad en general. Para difundir dichos principios emplea diversas plataformas propias (catálogos, sitio web, campañas publicitarias y presencia en tiendas,

y contenido de "Hágalo Usted Mismo"), a través de las cuales intenta sensibilizar a la comunidad 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

Para facilitar el consumo responsable y uso eficiente de los recursos, una acción tangible es el constante incremento de productos y servicios ECO sustentables que se ofrecen en las tiendas y Sodimac.com, los que deben cumplir con normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad para poder incorporar una rotulación especial.

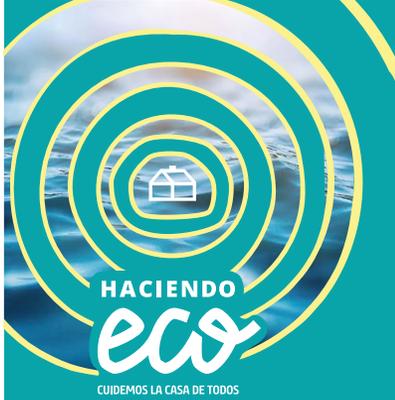
Sodimac pone a disposición de los clientes más de 4.000 productos y servicios con atributos ambientales y sociales. En 2018, la empresa se propuso duplicar la oferta de éstos.

Entre los productos ECO se incluye aquellos que tienen más de un 50% de contenido reciclado y son biodegradables en no más de seis meses, así como reutilizables o rearmados. A esto se suman productos que permiten un consumo

comprobadamente eficiente de energía o agua; y elementos para un hogar saludable libres de VOC, es decir, de partículas químicas dañinas para la salud.

Adicionalmente, ofrece productos sustentables con certificaciones reconocidas, que se han fabricado cuidando los recursos naturales y mitigando los impactos ambientales. También, se da espacio al comercio inclusivo de productos que generan impacto positivo en la sociedad, aportando a causas sociales.

Entre los productos ECO, se incluyen varias líneas de artículos de aseo, organización y menaje que se fabrican con residuos plásticos recibidos en los puntos limpios. Estos forman parte de la primera iniciativa de economía circular de un retailer en Sudamérica, resultado de una alianza con TriCiclos y Comberplast.



Pequeñas acciones, generan grandes cambios.

Haz un eco positivo en tu casa, en el barrio y en el planeta, eligiendo productos y servicios comprometidos con el medioambiente y la sociedad.

Encuentra más de 4.000 productos con estos íconos:



CIRCULARIDAD Y RECICLAJE

Productos con más de un 50% de contenido reciclado. Biodegradables, reutilizables o rearmados.



HOGAR SALUDABLE

Productos que aportan a un ambiente interior sano y libre de partículas químicas dañinas en el hogar.



CONSUMO EFICIENTE

Productos que comprobadamente permiten ser más eficientes en el consumo de energía o agua.



PRODUCCIÓN SUSTENTABLE

Productos fabricados cuidando los recursos naturales y mitigando el impacto ambiental.



COMERCIO INCLUSIVO

Productos comprometidos con las causas sociales y el desarrollo inclusivo.



Sodimac.com/haciendeco

Productos Sustentables

	Variables de sustentabilidad	2017	2018	2019
Consumo eficiente	Ahorro y eficiencia de energía	570	544	1.620
	Ahorro y eficiencia de agua	231	78	392
Hogar saludable	Hogar saludable			1.629
Producción Sustentable	Productos que provengan de manejo sustentable de bosques	279	997	425
Circularidad y Reciclaje	Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	373	25	347
Comercio Inclusivo	Productos inclusivos			58
	TOTAL	1.453	1.644	4.413

Fuente: Sodimac.

No más bolsas plásticas

Sodimac eliminó la entrega de bolsas plásticas desechables en todas sus tiendas del país en abril de 2018, profundizando un trabajo que venía realizando desde 2009 para gestionar y disminuir progresivamente su uso, fomentando entre los clientes el uso de bolsas reutilizables. Con esta decisión, la compañía se adelantó a la normativa oficial promulgada el 1 de agosto de ese año, y a anteriores ordenanzas municipales para reducir o eliminar las bolsas plásticas.

La medida significó eliminar sobre 46 millones de bolsas plásticas que anualmente se entregaban a los clientes, y que equivalían a 471 toneladas. Implicó, asimismo, reducir la huella de carbono en 848 toneladas de CO₂ equivalentes (tCO₂e), fortaleciendo la meta de disminuir la generación de gases de efecto invernadero en un 30% para 2021.

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 30 de marzo de 2019, Sodimac se sumó como lo hace cada año a "La Hora del Planeta", la mayor iniciativa global para generar conciencia respecto del cambio climático. Esa noche, la empresa mantuvo apagados durante una hora los letreros de las fachadas en todas sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas.

Adicionalmente, la compañía realizó acciones para difundir 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.

Desafío Tierra

Sodimac se sumó en 2019 a la alianza editorial del grupo Turner (Chilevisión, CNN Chile y CDF). Se trata una iniciativa multiplataforma que busca difundir y amplificar las temáticas relacionadas con el cuidado al medio ambiente, además de movilizar a la ciudadanía para que tome un rol activo en este propósito. La primera campaña realizada buscó crear conciencia respecto de la necesidad de disminuir el plástico de un solo uso.

Esta iniciativa premió con la entrega de mini contenedores de reciclaje a las primeras 10 mil personas que se

inscribieron como líderes de Desafío Plástico, cuyo objetivo es incentivar a que las personas se comprometan activamente con el reciclaje de este material.

La entrega de estos mini contenedores contó con el aporte de Comberplast, que fabrica esos artículos utilizando plástico reciclado que se recolecta en los puntos limpios de la Red Nacional de Sodimac. Las organizaciones socias de Desafío Plástico son Asipla, CCU, Coca-Cola, Comberplast, Fundación Chile, Sodimac y TriCiclos.



Compromiso con la **Comunidad**



Compromiso con la comunidad

Sodimac cree en un crecimiento sostenible y en actuar con responsabilidad aportando valor a las comunidades donde sus operaciones generan impacto. Para ello cuenta con canales permanentes de escucha y relacionamiento, con políticas de inversión social e incentivo a la participación de sus trabajadores en voluntariado corporativo. Asimismo, apoya activamente la labor de diversas fundaciones dedicadas a mejorar la calidad de vida de las personas.



Temas estratégicos

- Gestión de la comunidad
- Empleabilidad local
- Programas de voluntariado

Hitos 2019

- En el marco del programa “Construyendo Sueños de Hogar”, se concretaron 83 proyectos en los que participaron 1.100 voluntarios y que beneficiaron a 40.190 personas, y en el plano interno proyectos en beneficio de 84 trabajadores.

- Tercer Encuentro Nacional Comunidad de Voluntarios Sodimac, realizado en marzo con la asistencia de representantes de tiendas, centros de distribución y edificio corporativo de la empresa en todo Chile.
- Durante 2019, se actualizó en la evaluación de proyectos la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), instrumento que busca anticiparse a las controversias territoriales en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones.
- En el marco de la crisis social iniciada en octubre, se realizó un trabajo territorial específico con la comunidad circundante al Homecenter incendiado en el centro de Concepción y con vecinos de la tienda de Quilicura. También se hizo un levantamiento territorial en el área del Constructor incendiado en Conchalí.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Sodimac y su comunidad local

(413-1) (413-2)

La empresa evalúa el impacto de su gestión con estudios cualitativos y cuantitativos que buscan comprender mejor las necesidades y expectativas de las comunidades donde opera ante a la presencia de la empresa en su entorno. Con esa información diseña estrategias para construir una relación de mutuo beneficio.

También 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) que deriven del proceso de construcción de una tienda.

A este respecto, se inauguró un nuevo Sodimac Homecenter en Ñuñoa, que reemplaza a la tienda que se incendió en 2014. Este es el primer local de dos pisos en el país y tiene una superficie de 12.500 m². Además, se remodeló el Homecenter de Kennedy. Ambas tiendas tienen un enfoque mucho más vivencial, mejorando así la experiencia y la inspiración de los clientes, son locales de última generación que incorporan procesos más eficientes, potenciando el concepto "Figital" (Digital en lo Físico).

En Ñuñoa se invitó a los vecinos y vecinas a realizar un recorrido liderado por el gerente de la tienda con el fin de que conocieran las instalaciones nuevas, en particular temas de seguridad y cuidado del medioambiente. También se realizó una actividad de mejoramiento de la Plaza La Quilla con participación de vecinos y trabajadores voluntarios de la tienda para marcar un hito importante en la relación y diálogo continuo que comenzó posterior al incendio.

Empleabilidad local

Sodimac privilegia la contratación de trabajadores que residan en el radio de influencia de sus tiendas. Con esta política abre oportunidades laborales en las comunidades circundantes y reduce los tiempos de desplazamiento de la dotación.

Adicionalmente, la empresa todos los años participa en diferentes ferias laborales que permiten la atracción de

talento local, y mantiene alianzas con distintas 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 2019 la empresa contrató a 3.704 nuevos trabajadores (2.542 hombres y 1.162 mujeres).



Gestión territorial

Sodimac busca profundizar su capacidad de escucha y anticiparse a las controversias territoriales en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones. Para dicho objetivo, desde 2018 la Gerencia de Planificación, Desarrollo y Proyectos utiliza una herramienta especialmente desarrollada para la empresa, que se denomina Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT). Esta se aplica en cada territorio donde se proyectan nuevas obras, ampliaciones y remodelaciones, incorporando así la Política de Sostenibilidad de la empresa en los criterios de evaluación de las inversiones.

La citada herramienta permite analizar las limitantes de los proyectos y generar las medidas técnicas, económicas y sociales para que éstos cumplan tanto la normativa como el estándar de la empresa en materia de crecimiento sostenible. La finalidad es identificar indicadores territoriales que pudieran comprometer la sostenibilidad y reputación de la compañía y procurar que sean gestionados oportunamente, aunque los proyectos no sean ejecutados directamente por la compañía, sino que por desarrolladores externos.

En 2019 se evaluaron 13 proyectos nuevos y 7 remodelaciones o ampliaciones de tienda. En el período también se incorporaron nuevas variables a esta herramienta para seguir profundizando el análisis y capacidad predictiva.

Trabajo territorial con vecinos en el marco de la crisis social

(413-2)

En el marco de la crisis social iniciada en octubre, fueron incendiadas las tiendas Sodimac Homecenter Los Carrera, en el centro de Concepción, y Sodimac Constructor de Conchalí. En ambos casos los trabajadores fueron reubicados en otras tiendas, pero la empresa quiso además hacer levantamientos territoriales para conocer el efecto de estos hechos en las comunidades circundantes y definir acciones adicionales de ser necesarias.

Tras este análisis se definió la necesidad de desarrollar un trabajo específico con los vecinos de la tienda en Concepción, que implicó diversas inversiones para contribuir a la seguridad en el área y mitigar el impacto sobre ellos, además de acciones para mantenerlos informados, donación de elementos a Bomberos y un

taller para contribuir al manejo de estrés y la contención emocional, entre otros.

La misma intervención no fue necesaria en el caso de la tienda de Conchalí, dadas las características de la zona e inexistencia de vecinos residenciales con colindancia perimetral.

Aunque no había resultado incendiada, sí se determinó la necesidad de realizar un trabajo territorial con vecinos del Sodimac Homecenter de Quilicura, que estaban particularmente preocupados por la situación de riesgo. En este caso se trabajó en fortalecer la comunicación y coordinación entre la tienda y los vecinos, y como cierre del trabajo se realizó una actividad con los niños.

Construyendo Sueños de Hogar

Sodimac ha consolidado junto a sus trabajadores uno de los programas de voluntariado corporativo más importantes en Chile: "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.

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 los proyectos, generándose un esfuerzo colaborativo y participativo que es parte fundamental de este programa.

Un consejo consultivo donde participan directores de la empresa y líderes de la sociedad civil, se encarga de realizar una evaluación global y velar 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.

Este 2019, “Construyendo Sueños de Hogar” apoyó a distintas organizaciones comunitarias de Arica a Punta Arenas a través de 83 proyectos, en los que participaron 1.404 voluntarios, beneficiando a 40.190 personas. Entre las iniciativas seleccionadas, destacan obras para fundaciones dedicadas a la protección de niños, adultos mayores, personas con cáncer y discapacidad; colegios y escuelas municipales; salas cuna y jardines infantiles; juntas de vecinos; asociaciones indígenas; centros deportivos; bomberos; y la construcción de espacios de recreación, huertos comunitarios y hermosamiento del entorno, entre otros.

“Construyendo Sueños de Hogar” también aporta fondos especiales en beneficio de trabajadores de la compañía que tengan proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida. Durante 2019, 84 trabajadores de la empresa con 120 proyectos recibieron apoyo gracias al programa.

Más información en www.construyendosuenosdehogar.cl

Construyendo Sueños de Hogar

Año	N° de proyectos	Beneficiarios directos e indirectos (*)
2017	96	29.674
2018	110	24.607
2019	83	40.190

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

Área de Proyectos Beneficiados

Área de proyectos	2017	2018	2019
Organizaciones sociales	34%	65%	44%
Educación	55%	25%	35%
Salud	5%	4%	10%
Protección infancia	-	-	6%
Deporte	4%	4%	4%
Cultura	2%	2%	1%

Fuente: Sodimac.

Tipo de grupos de beneficiarios directos

	N°	%
Infancia y juventud	45	54%
Personas con discapacidad	10	12%
Personas que viven en viviendas sociales o campamentos.	9	11%
Personas mayores	5	6%
Personas que viven en sectores vulnerables y/o localidades rurales	4	5%
Personas de pueblos originarios	3	4%
Personas en situación de calle	2	2%
Personas asociadas a servicios de utilidad pública (Bomberos)	2	2%
Mujeres en situación de exclusión	1	1%
Personas con problemas de acceso a tratamientos de salud	1	1%
Personas que se atienden en la red pública primaria de salud	1	1%
Total	83	100%

Fuente: Sodimac.

Categoría de organizaciones

	N°	%
Organización comunitaria funcional	37	44,6%
Fundación/ ONG/corporación sin fines de lucro	28	33,7%
Organización comunitaria territorial	9	10,8%
Organismos de tipo público	5	6,0%
Asociación indígena	3	3,6%
Sindicato comunal	1	1,2%
Total	83	100%

Fuente: Sodimac.

Comunidad de Voluntarios Sodimac

En marzo de 2019 se llevó a cabo el Tercer Encuentro Nacional Comunidad de Voluntarios Sodimac, instancia que contó con la asistencia de 200 representantes de tiendas, centros de distribución y edificio corporativo de la empresa en todo Chile.

Durante la jornada los participantes compartieron experiencias y tuvieron la oportunidad de ser parte de talleres de capacitación de carácter práctico en temáticas relevantes para la ejecución de los proyectos vinculados a "Construyendo Sueños de Hogar".

En total este año 2019 se realizaron 13.207 horas de voluntariado mediante la participación de 1.404 trabajadores y trabajadoras de la empresa.



Reforestando el Parque Metropolitano Cerros de Renca

Haciéndose parte del esfuerzo por reforestar el Parque Metropolitano Cerros de Renca, trabajadores voluntarios de Sodimac participaron en una actividad que formó parte de la iniciativa 6D, que organizaron Cultiva y la Fundación Avina, en conjunto con la Municipalidad de Renca, y que además contó con el apoyo de Conaf y distintas empresas y organizaciones de la sociedad civil. La meta es plantar 30 mil árboles nativos, la

mitad de los cuales fueron plantados en 2019 con la participación de 5 mil voluntarios en total, asegurando el sistema de riego para los meses de más calor, en tanto que los restantes 15 mil árboles se plantarán durante los meses de invierno del 2020.

Más información en www.6ditsnow.org



Nuestras alianzas

(102-13)

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



TECHO

Sodimac ayuda a TECHO en su meta de erradicar los campamentos en Chile ofreciendo a esta organización precios preferenciales, recursos financieros y apoyo logístico. Además, anualmente realiza una campaña nacional para recaudar aportes de los clientes que luego entrega a la ONG, y convoca voluntarios de todas las tiendas para que apoyen la ejecución en terreno de sus iniciativas. La empresa también incentiva a sus proveedores para que sean parte de este compromiso. La empresa respaldó la campaña institucional de TECHO, que llamó a vivir en una ciudad integrada, con 14 proyectos de vivienda definitiva en diversas regiones. Además, se les hizo entrega del aporte de \$47 millones recaudados a partir de las ventas de Agua Late en todas las tiendas del país.

Más información en www.techo.org/chile

Fundación Junto al Barrio

Sodimac apoya económicamente los diferentes proyectos impulsados por Fundación Junto al Barrio en comunidades vulnerables del país. En 2019, Sodimac hizo un aporte de \$130 millones, además de la participación en proyectos comunitarios en las comunas de Renca y Valparaíso, enmarcados en el programa Construyendo Sueños de Hogar.

Otra iniciativa conjunta fue el lanzamiento del "Día del Barrio", iniciativa que busca facilitar el conocimiento entre los vecinos, generar confianzas e identificar actividades comunitarias que ayuden a mejorar su barrio. La empresa y Fundación Junto al Barrio habían programado realizar

esta jornada el 20 de octubre, pero el estallido social ocurrido dos días antes impidió concretar esta acción.

Más información en www.juntoalbarrio.cl



Movidos x Chile

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.

Para lo anterior, la empresa tiene protocolos con procedimientos, así como un Comité Operacional de Emergencias.

Estos protocolos fueron aplicados durante las actividades en apoyo de las comunidades que se vieron afectadas por los incendios que afectaron áreas forestales y zonas urbanas de Valparaíso entre noviembre y diciembre de 2019. De este modo, en coordinación con el equipo de Movidos x Chile, se levantó la información necesaria y se solicitó a Sodimac apoyo para ir en ayuda de 245 casas que resultaron quemadas y las más de 100 personas damnificadas.



Como resultado, la empresa entregó 500 Kits para remoción de escombros que contenían guantes, mascarillas, antiparras, palas y carretillas, los que fueron utilizados por los voluntarios que colaboraron en las zonas más afectadas por los siniestros.

Más información en www.movidosxchile.cl

Santiago + B

Desde 2018 Sodimac forma parte de las empresas, universidades, fundaciones, instituciones públicas, emprendedores y ciudadanos que apoyan las iniciativas 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. En 2019, se apoyó el concurso Guardianes del Planeta, una convocatoria para ciudadanos de la Región Metropolitana que trabajan en sus barrios o comunidades en temáticas vinculadas con el cuidado del planeta como áreas verdes, reutilización, reciclaje, ahorro de agua, energías más limpias, calidad del aire o disminución del uso de plásticos desechables.

Más información en www.guardianesdelplaneta.cl



Anexos

- Desarrollo Económico
- Dotación Sodimac Chile
- Inventario de Emisiones de GEI
- Índice GRI
- Carta de Verificación Externa
- Cuestionario de Retroalimentación
- Glosario



Anexo 1

(102-7; 201-1)

Desarrollo económico

En 2019, Sodimac siguió consolidándose como la principal empresa del rubro en Chile, con una participación de mercado de un 23,9%, incluyendo a su filial Imperial. Durante el ejercicio sus ingresos ascendieron a M\$2.092.652.566, cifra menor a la de 2018. Este resultado se explica principalmente por una caída de ingresos de las tiendas.

Desempeño Económico (M\$)	2017	2018	2019
Ingresos de explotación	2.058.298.063	2.169.506.069	2.092.652.566
Costos de explotación	- 1.428.050.533	- 1.492.383.885	-1.473.123.084
Margen de explotación	617.190.226	677.122.184	619.529.482
Pago de dividendos*	64.314.722	50.137.028	18.867.613
Utilidad del ejercicio	66.057.531	67.143.340	10.049.515

Fuente: Sodimac.

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

Valor económico generado y distribuido 2019

Cifras en M\$

Valor económico generado

2.092.652.566

Valor económico retenido

- 264.966.963

Valor económico distribuido

2.357.619.529

Costo de operación	2.032.825.482
Remuneraciones y beneficios	262.009.110
Pago proveedores de capital	57.412.973
Pago al gobierno	2.889.058
Inversión comunitaria	2.482.906

Fuente: Sodimac.

Valor económico generado y distribuido

Los efectos de la estrategia de desarrollo de la empresa impactan a cada uno de sus públicos de interés:

Proveedores: Costos operacionales

Los costos asociados al desarrollo de las operaciones de la empresa ascendieron en 2019 a M\$2.035.308.388, cifra 1% menor a la del ejercicio 2018, cuando sumaron M\$2.061.926.888. Esto incluye costos de explotación y los gastos por administración y ventas.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

En 2019, los gastos en remuneraciones y beneficios alcanzaron M\$262.009.110, monto superior a los M\$261.490.561 registrados durante el período anterior.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó M\$57.412.973 por concepto de proveedores de capital, cifra menor al ejercicio 2018, cuando ascendió a M\$66.640.230. 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\$2.889.058 en 2019, cifra menor a los M\$21.998.160 del ejercicio 2018.

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones dirigidas a diferentes proyectos que durante 2019 impactaron positivamente en la comunidad sumaron M\$2.482.906, destacando iniciativas como el Programa Construyendo Sueños de Hogar, Puntos Limpios de Reciclaje, Becas CES, Techo y Fundación Junto al Barrio, entre otras.

Asistencias financieras recibidas

En 2019, Sodimac utilizó M\$2.040.968 por concepto de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en formación y capacitación.

Asistencia Financiera del Gobierno (M\$)	2017	2018	2019
Donaciones			
Franquicia tributaria	183.239	261.470	208.327
Activo fijo			
Uso franquicia (tope UTM 500)	23.486	24.176	24.812
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	1.581.547	1.773.856	1.807.849
Total	1.788.272	2.059.502	2.040.968

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\$2.889.058 en 2019, cifra menor a los M\$21.998.160 del ejercicio 2018, acorde a la disminución del resultado de la compañía.

Anexo 2

Dotación Sodimac Chile

Dotación por zona, jornada laboral y tipo de contrato

(102-8)

Al cierre de 2019, Sodimac tenía una dotación de 17.993 trabajadores, de los cuales un 60% eran hombres y 40% mujeres.

Total trabajadores por zona

	2017		2018		2019	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Zona Norte	1.625	814	1.585	767	1.529	782
Zona Centro	1.841	1.023	1.862	975	1.824	976
Zona Sur	2.576	1.435	2.569	1.326	2.497	1.376
Región Metropolitana	6.359	2.483	6.568	2.368	6.543	2.466
Total dotación	18.156		18.020		17.993	

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de jornada laboral

	2017		2018		2019	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Total dotación	12.401	5.755	12.584	5.436	12.393	5.600
	18.156		18.020		17.993	

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

Total trabajadores por tipo de contrato

	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato indefinido	9.209	6.323	10.108	6.864	9.914	6.756
Contrato plazo fijo	1.819	805	745	303	853	470
Subtotal	11.028	7.128	10.853	7.167	10.767	7.226
Total dotación	18.156		18.020		17.993	

Fuente: Sodimac.

Dotación por tipo de cargo y género

(102-8; 405-1)

En 2019, 128 mujeres ocupaban puestos ejecutivos en la organización, alrededor del 24% del total de estos cargos. El sistema de remuneraciones de Sodimac no hace distinciones por género, solo considera variables que se relacionan con el valor profesional, por lo que no existen brechas salariales entre trabajadoras y trabajadores.

Gerentes y subgerentes

	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Rango de edad						
Menor de 30	3	1	2	1	1	3
30-49	258	86	259	92	259	97
50 y más	127	29	136	30	145	28
Total	388	116	397	123	405	128
% del Total	77%	23%	76%	24%	76%	24%

Fuente: Sodimac.

Profesionales y técnicos, otros colaboradores

	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Rango de Edad						
Menor de 30	4.413	2.034	4.088	1.900	3.827	1.821
30-49	4.622	4.036	4.693	4.112	4.772	4.128
50 y más	1.605	942	1.675	1.032	1.763	1.149
Total	10.640	7.012	10.456	7.044	10.362	7.098
% del total	60%	40%	60%	40%	59%	41%

Fuente: Sodimac.

Nuevas Contrataciones

Tipo de Cargo	2017		2018		2019	
	N° de trabajadores		N° de trabajadores		N° de trabajadores	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	19	1	20	8	23	12
Profesionales y técnicos	184	122	262	184	165	103
Otros colaboradores	4.187	1.723	3.490	1.391	2.354	1.047
Total hombres/mujeres	4.390	1.846	3.772	1.583	2.542	1.162
Total	6.236		5.355		3.704	

Nuevas contrataciones por Zona (Tiendas)	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.649	928	1.446	696	1.038	536
Zona Centro	619	214	565	225	392	144
Zona Norte	732	271	549	208	351	159
Zona Sur	968	294	702	260	521	180
Tasa de Nvas. Contrataciones	21,9%	9,4%	18,1%	7,7%	12,8%	5,7%

Fuente: Sodimac.

Rotación por zona y edad

(401-1)

Rotación de trabajadores por zona

Zona	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.698	878	1.791	816	1.345	648
Zona Centro	504	213	619	230	425	167
Zona Norte	560	280	694	266	335	139
Zona Sur	888	328	858	245	574	219
Total egresos anual	3.650	1.699	3.962	1.557	2.679	1.173
Tasa rotación anual por zona	33,1%	23,8%	36,5%	21,7%	24,9%	16,2%
Rotación promedio anual	28,5%		29,1%		20,6%	

Rotación de trabajadores por edad

Rango de edad	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	2.312	791	2.362	722	1.726	551
30-49	1.098	768	840	477	797	525
50 y más	240	140	760	358	156	97
Total egresos anual	3.650	1.699	3.962	1.557	2.679	1.173
Rotación anual por género	33,1%	23,8%	36,5%	21,7%	24,9%	16,2%
Rotación promedio anual	28,5%		29,1%		20,6%	

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	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	471	279	536	284	477	274
Zona Centro	151	51	161	63	154	63
Zona Norte	194	81	268	93	145	57
Zona Sur	252	82	228	80	177	69
Total egresos anual	1.068	493	1.193	520	953	463
Rotación anual por zona	9,70%	6,90%	10,99%	7,26%	8,85%	6,41%
Rotación promedio anual	8,30%		9,12%		7,63%	

Rotación voluntaria de trabajadores por edad

Rango de edad	2017		2018		2019	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	752	280	762	268	660	242
30-49	262	183	248	151	251	186
50 y más	54	30	183	101	42	35
Total egresos anual	1.068	493	1.193	520	953	463
Rotación promedio anual por género	9,70%	6,90%	10,99%	7,26%	8,85%	6,41%
Rotación promedio anual	8,30%		9,12%		7,63%	

Fuente: Sodimac.

Anexo 3

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

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

Sodimac - Huella de Carbono

Alcance	Fuente de emisión	2017	2018	2019	%
		ktCO ₂ e	ktCO ₂ e	ktCO ₂ e	
1	Combustión en fuentes fijas y móviles	8,4	7	7	1,4%
1	Emisiones fugitivas	1,5	2,2	1	0,2%
Subtotal alcance 1		9,9	9,2	8	1,6%
2	Consumo de energía	29	22	20	4,1%
Subtotal alcance 2		29	22	20	4,1%
3	Insumos principales	3,1	1,9	1	0,3%
3	Residuos y reciclaje	3	3,1	3	0,6%
3	Comercio electrónico	0,8	1,1	1	0,3%
3	Viajes de negocios	2,6	3	2	0,5%
3	Transporte de visitas	233	243	231	47,8%
3	Transporte de colaboradores	22	22	20	4,2%
3	Transporte de productos	215	257	194	40,1%
3	Manufactura combustibles/energía	2,3	2,5	3	0,5%
Subtotal alcance 3		482	533	456	94,3%
Total de emisiones de GEI		521	565	484	100,00%

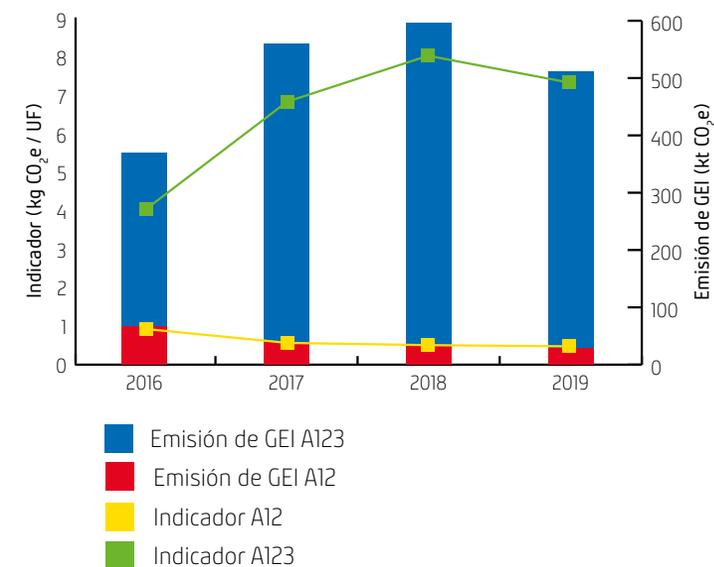
Fuente: Proyectae.

¹ ktCO₂e 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

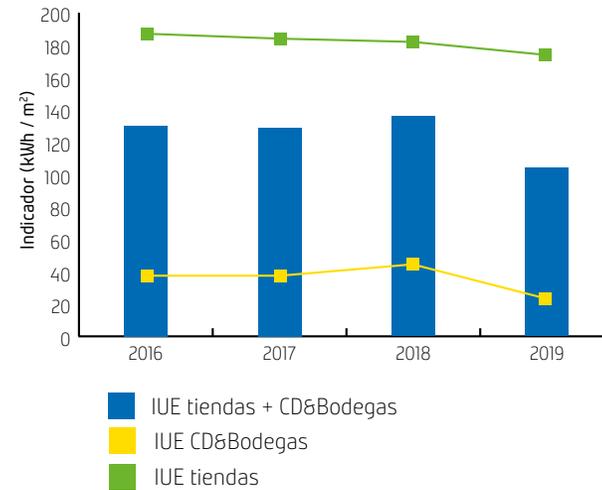


Indicadores de Intensidad de Uso Energético (302-3)

Intensidad de emisiones sobre superficie tienda

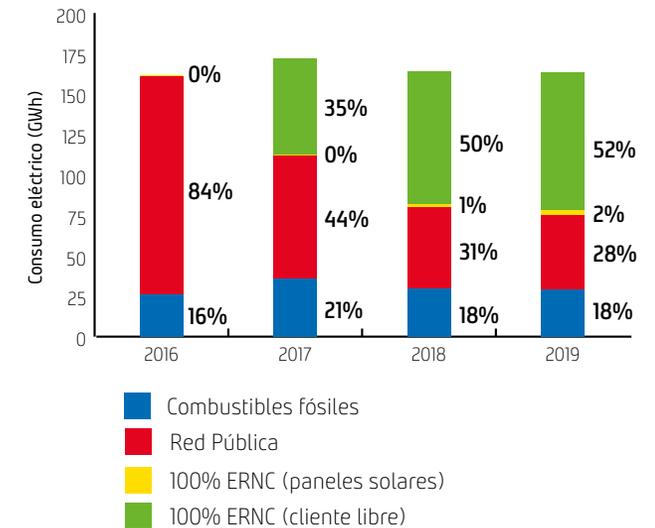


Intensidad de uso energético (IUE) sobre superficie



Distribución de Consumo Energético Según Fuente de Origen

Consumo energético según origen



Fuente: Proyectae.

Nota: Se obtuvo mejor información de las superficies de bodega y tiendas, con lo cual se actualizaron retroactivamente los indicadores de los años 2016-2019.

Estándares de Reportes de Sostenibilidad 2019 (GRI)

Índice de Contenidos GRI

(102-55)

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	14 a 16
	102-3	Ubicación de la sede	3
	102-4	Ubicación de las operaciones	14
	102-5	Propiedad y forma jurídica	14
	102-6	Mercados servidos	15, 16
	102-7	Tamaño de la organización	15, 16, 116
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	118
	102-9	Cadena de suministro	16, 74
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	11,15
	102-11	Principio o enfoque de precaución	18, 20, 22,24, 29, 33, 34, 37
	102-12	Iniciativas externas	6, 22, 24, 41
	102-13	Afiliación a asociaciones	33 ,113
GRI 102: Contenidos Generales 2. Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	6 a 8
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	10, 11, 34
GRI 102: Contenidos Generales 3. Ética e integridad	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	12, 46, 47
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	46, 74, 85



Estándar	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 4. Gobernanza	102-18	Estructura de gobernanza	14, 36, 41, 44, 45
	102-19	Delegación de autoridad	41, 43, 45
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	36, 41
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	41, 42, 43, 45
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	42
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	41
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	18, 36, 41, 45
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	37, 41
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	18, 45, 50
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	37, 50, 51
	102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	41
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	36
	102-35	Políticas de remuneración	46
	GRI 102: Contenidos Generales 5. Participación de los grupos de interés	102-40	Lista de grupos de interés
102-41		Acuerdos de negociación colectiva	70
102-42		Identificación y selección de grupos de interés	29 a 32
102-43		Enfoque para la participación de los grupos de interés	29 a 32, 34, 85
102-44		Temas y preocupaciones clave mencionados	29, 34
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	34
	102-47	Lista de temas materiales	34, 35
	102-48	Reexpresión de la información	No hay reformulaciones durante el período
	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, 128
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	2
102-55	Índice de contenidos GRI	123 a 126	

Estándar	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales Verificación Externa	102-56	Verificación externa	3, 127
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	34, 35
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	18 a 23, 46
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	37
Categoría Económica			
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	116, 117
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	59
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	58
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	74
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	50 a 52
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	46, 50 a 52
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	52
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	117
Categoría Medioambiente			
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	93, 94, 122
	302-3	Intensidad energética	122
	302-4	Reducción del consumo energético	93, 122
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	97
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	93 a 95, 121
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	93 a 95, 121
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	93 a 95, 121
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	93 a 95, 121
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	93 a 95, 121
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	99, 100
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	99, 100
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	75

Estándar	Código Estándares	Indicadores	Página
Categoría Desempeño Social			
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	120
	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	64
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, 68
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	67
	403-9	Lesiones por accidente laboral	68, 69
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	68
GRI 404: Capacitación y Educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	55
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	56, 57, 58
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	58
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	42, 64, 119
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	65
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	48
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	70, 75
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	50
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	89, 109, 110, 111
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	110
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	75
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	75
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas
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	76 a 78
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	77
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	78, 88
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	88
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	88

Carta de Verificación Externa



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

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

Informe de Verificación Limitada e Independiente del Reporte de Sostenibilidad de Sodimac S.A. 2019.

Señores
Presidente y Directores
Sodimac S.A.
Presente

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada e independiente de los contenidos de información y datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2019 de Sodimac S.A., el cual tiene por alcance temporal al periodo comprendido entre el 01 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2019, por ende, toda información fuera de este periodo no fue parte de la verificación.

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

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objeto de:

- ▶ Verificar que la información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad de Sodimac S.A. 2019 estén debidamente respaldados por evidencias.
- ▶ Determinar que Sodimac S.A. haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2019 conforme a los indicadores de desempeño y los principios de la Guía GRI en su versión Standards.
- ▶ Confirmar el nivel de aplicación declarado (Esencial o Exhaustivo) por Sodimac S.A. a su Reporte De Sostenibilidad 2019, según lo que indica la guía GRI en su versión Standards.

Procedimientos Realizados

Nuestra labor de verificación consistió en la indagación con representantes de la Dirección, Gerencias y Unidades Funcionales de Sodimac S.A., involucradas en el proceso de elaboración del Reporte, así como en la realización de otros procedimientos analíticos y pruebas de muestreo 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 la información cuantitativa, mediante reproceso de datos
- ▶ Revisión de la redacción del Reporte, asegurando que esta no induzca a errores o dudas respecto a la información presentada.

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, ni de auditoría, cuyo objetivo es expresar una opinión. En consecuencia, no expresamos una opinión.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance señaladas anteriormente, y basados en nuestro trabajo de verificación limitada e independiente del Reporte de Sostenibilidad 2019 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 2019 de Sodimac S.A no están presentados de forma correcta.
- ▶ El Reporte de Sostenibilidad 2019 de Sodimac S.A. no haya sido elaborado en conformidad con la versión Standards de la guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad de GRI.
- ▶ La opción "Esencial" declarada por Sodimac S.A. no cumpla con los requisitos para tal nivel, de acuerdo a lo establecido en la guía de aplicación GRI en su versión Standards.

Recomendaciones de Mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones y con base en el alcance limitado de la verificación; hemos detectado ciertas oportunidades de mejora, las cuales se detallan en un informe de recomendaciones separado de la presente carta y dirigido a la Administración de Sodimac S.A.

Saludamos atentamente a usted,

EY Consulting SpA.

Elanne Almeida.
Socia PI, Advisory
29 de abril de 2019

I-00193/20

FMS/pmc
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

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 Aprovisionamiento

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, GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser la instancia verificadora de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social. Desde el 1 de Julio de 2018 entró en vigencia la quinta guía de GRI denominada Estándares, creada en el año 2016.

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)

Entidad o individuo que podría verse afectado significativamente por las actividades, productos y servicios de la organización informante o cuyas acciones podrían afectar a la capacidad de la organización para aplicar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos.

Los grupos de interés pueden incluir a aquellos que han invertido en la organización (como empleados y accionistas), así como a aquellos que tienen otras relaciones con la organización (como otros trabajadores que no son empleados, proveedores, grupos vulnerables, comunidades locales, ONG y otras organizaciones de la sociedad civil, entre otras).

Fuente: Glosario de los Estándares GRI.

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.

Temas Materiales

Temas que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de una organización o los que influyen sustancialmente en las evaluaciones y las decisiones de los grupos de interés. Para determinar si un tema es material es recomendable llevar a cabo un análisis cualitativo, una evaluación cuantitativa y debatir sus resultados. Para elaborar un informe de conformidad con los Estándares GRI, una organización está obligada a aportar información sobre sus temas materiales.

Fuente: Glosario de los Estándares GRI

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

Fotografía:

Archivo Fotográfico Sodimac





www.sodimac.cl