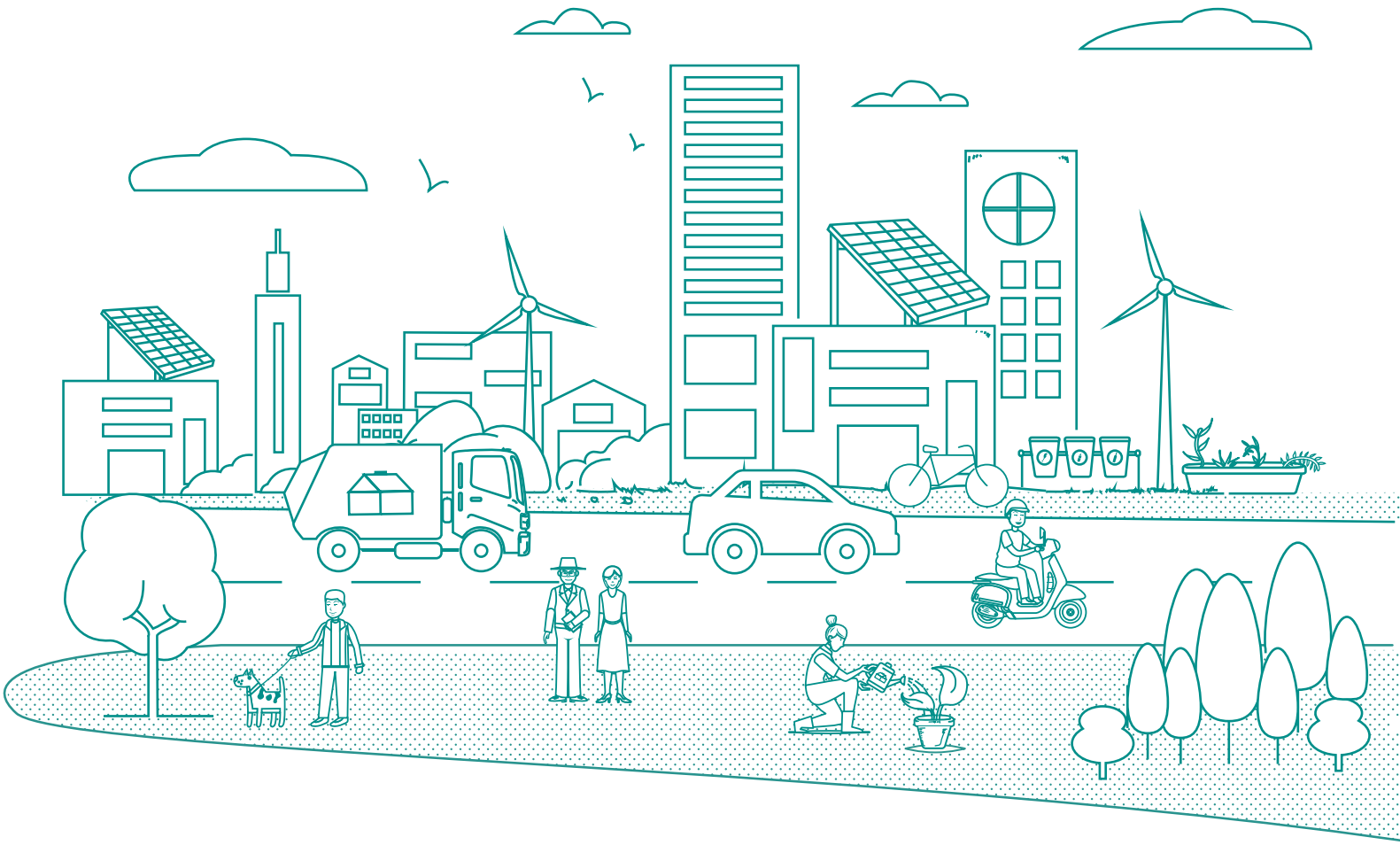
REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2018

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar



SODIMAC®

Sobre este informe

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

En este 12° Reporte de Sostenibilidad, Sodimac Chile da cuenta de su gestión económica, social y ambiental durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2018 (consulta de reportes anteriores en www.sodimac.cl).

Adicionalmente, este reporte permite a la compañía 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.

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.

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.
Subgerente de Sostenibilidad
Teléfono: +562 27381784
E-mail: purbina@sodimac.cl

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2018

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar

SODIMAC®

SODIMAC

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

Sodimac S.A.

R.U.T.
96.792.430-K

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

Coordinación y Edición de Contenidos:
Pablo Urbina M.
Marcela Erazo P.

Redacción:
Transparentia Consultores

Equipo Asesor:
Centro Vincular – PUCV

Verificación Externa:
Este Reporte de Sostenibilidad fue sometido a un proceso de verificación externa realizado por CC&SS Assurance de EY, con el objetivo de asegurar la precisión y confiabilidad de la información reportada. La carta de verificación de EY se puede revisar en la página 124 de este reporte.

Diseño:
Espacio Vital

Fotografías:
Archivo Sodimac

ÍNDICE

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

(102-12; 102-14)

"Durante 2018, seguimos fortaleciendo nuestro gobierno corporativo. Realizamos un Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, de acuerdo con los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU, en el que participaron proveedores, trabajadores, empresas contratistas, dirigentes sindicales y ejecutivos de Sodimac. Los temas y riesgos levantados en este proceso fueron integrados a la Gestión de Riesgos de Sodimac, sumando una nueva mirada respecto a los impactos en las personas".

Eduardo Mizón
Gerente General
Sodimac Chile.

Tenemos el agrado de compartir con ustedes el 12° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile. Este da cuenta de nuestro desempeño económico, social y medioambiental, de acuerdo con los compromisos que hemos asumido con las distintas partes interesadas, en el marco de nuestra política de sostenibilidad y para seguir 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.

Durante el año 2018, seguimos fortaleciendo nuestro gobierno corporativo. Realizamos un Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, según los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU, en el que participaron proveedores, trabajadores, empresas contratistas, dirigentes sindicales y ejecutivos de Sodimac. Los temas y riesgos levantados en este proceso, que consideró 63 entrevistas y la revisión de 217 documentos, fueron integrados a la Gestión de Riesgos de Sodimac, sumando una nueva mirada respecto a los impactos en las personas.

En el período, el presidente del Comité de Directores, Nicolás Majluf, asumió formalmente como responsable de supervigilar el desarrollo de nuestra política de sostenibilidad. Él tendrá la tarea de revisar

y validar, además de orientar y dar retroalimentación continua, definiéndose que levantará estas materias permanentemente al citado comité, y por su intermedio, al directorio.

Durante 2018, incorporamos a la evaluación de proyectos la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), que es un instrumento que busca anticiparse a las controversias territoriales en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones. Este permite conocer las limitantes, y generar las medidas técnicas, económicas y sociales, para que las nuevas inversiones no sólo cumplan la normativa, sino que también, el estándar de Sodimac en materia de sostenibilidad. Este año empezamos a evaluar con este instrumento cada uno de los territorios donde se proyectan obras nuevas, ampliaciones y remodelaciones, con la finalidad de identificar aquellos indicadores territoriales que pudieran comprometer la sostenibilidad y reputación de la compañía, si es que no son atendidos oportunamente, independientemente de si los proyectos son ejecutados por desarrolladores externos. En el año se evaluaron 17 proyectos nuevos y otras 5 remodelaciones o ampliaciones de tienda.

En el área de gestión de personas, un ámbito muy relevante fueron los programas de capacitación y de desarrollo integral de los trabajadores, con 511.617 horas de capacitación para el desarrollo de carrera en el marco de la Escuela de Excelencia Sodimac.

Asimismo, para ir más allá de las obligaciones que nos impone la normativa, en 2018 implementamos el Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad (PeSD), que consideró a 192 trabajadores. Este se desarrolla en alianza con instituciones especialistas y considera un proceso de selección inclusiva; evaluación psico-laboral y evaluación de desempeño adaptadas al tipo de discapacidad; educación sobre diversidad a los equipos de trabajo directo y jefaturas; un seguimiento de la adaptación al cargo de las personas que participan en el programa y ajustes en el proceso de capacitación, según la discapacidad.

Sodimac también cuenta con 552 trabajadores migrantes, de 20 nacionalidades. Para facilitar la integración laboral, establecimos una alianza con el Servicio Jesuita a Migrantes, publicamos un Manual de Contratación de Personas Migrantes y se dictaron diversos talleres de capacitación, incluyendo comunicación intercultural.

Con el objetivo de compatibilizar mejor la vida personal y laboral, lanzamos el Programa de Flexibilidad Laboral. En este primer año, 621 trabajadores se acogieron a alguna modalidad de

flexibilidad horaria, trabajo a distancia y permisos de tiempo libre sin goce de sueldo.

Para potenciar sus habilidades, 52 dirigentes y delegados sindicales participaron en diferentes instancias de formación durante 2018, entre las que destacan el Diplomado de Liderazgo Laboral que dicta la Pontificia Universidad Católica (PUC) en conjunto con la Fundación Carlos Vial Espantoso, y el Programa de Líderes Sindicales desarrollado por la empresa en conjunto con los sindicatos, que cumplió una década y contempla un curso con 24 horas de formación.

Los distintos esfuerzos en materia de gestión de personas se tradujeron en el mejor resultado desde que medimos el clima laboral a través de la herramienta Great Place to Work. Nos ubicamos en el lugar 33 entre las Mejores Empresas para Trabajar del país, con un Trust Index de 81 puntos.

En materia medioambiental, este año dejamos de entregar bolsas plásticas desechables en todas las tiendas, eliminando cerca de 46 millones de bolsas (equivalentes a 471 toneladas de plástico). Como parte de nuestra Red Nacional de Puntos Limpios, durante 2018 reciclamos más de 3.200 toneladas de residuos, superando las 830 mil visitas de clientes y comunidad. En alianza con una empresa de telefonía, habilitamos un espacio de reciclaje electrónico, permitiendo además reciclar celulares, tablets y cables en desuso. Entendiendo los urgentes desafíos que enfrentamos como planeta, también nos incorporamos al grupo “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur, comunidad global público-privada que trabaja de manera colaborativa para transitar con más fuerza hacia una economía circular.

En el marco del programa Construyendo Sueños de Hogar, materializamos 110 proyectos de mejoramiento de infraestructura, espacios públicos o comunitarios en todo Chile, con la participación de 1.116 trabajadores voluntarios y 24.607 personas beneficiadas directamente. En el plano interno, dentro de esta misma iniciativa, apoyamos con proyectos a 120 trabajadores para mejorar sus hogares y calidad de vida.

Nuestro canal de YouTube recibió el Botón de Oro de Google al superar el millón de suscriptores. Nos alegra que se valore el esfuerzo y cariño que ponemos en cada video y tutorial que subimos a esa red social para ayudar a hacer realizar los sueños y proyectos de hogar de nuestros clientes, que es el propósito que da sentido a todo lo que hacemos.

En 2018, también continuamos consolidando a la Gran Feria para Maestros Especialistas como el principal espacio donde los especialistas de la construcción se dan cita una vez al año para actualizarse en todos los conocimientos e innovaciones del rubro. Este año además de la Gran Feria de capacitación en Santiago realizamos también por primera vez el mismo evento en regiones, en Concepción. En total, a estas ferias asistieron 23.448 personas y otros 51.750 mil se conectaron vía streaming, realizándose más de 500 cursos de capacitación.

En el ámbito del aprovisionamiento responsable, organizamos un nuevo Encuentro Anual, en el que participaron más de 600 proveedores. En la actividad abordamos los desafíos conjuntos en materia de sostenibilidad y ante los cambios por la transformación digital. Nos planteamos tres grandes objetivos que solo se lograrán con un esfuerzo conjunto: duplicar en 2019 la oferta de productos

eco-sostenibles; que el 100% de los envases y embalajes sean reciclables al 2020; y que todos los proveedores de Sodimac estén en la plataforma de autoevaluación (SEDEX) al 2021.

Desarrollamos un plan de inversiones anual de $60,3 mil millones. En el período concretamos nuestra aspiración de tener una tienda Sodimac Homecenter y Constructor de última generación en San Antonio y reforzamos nuestra presencia en la zona norte de Santiago, con la apertura de otra moderna tienda en la comuna de Independencia y en la ciudad de La Serena, donde inauguramos una segunda tienda en el sector de Balmaceda.

En paralelo, tuvimos un importante avance en comercio electrónico, con el lanzamiento de nuestro Marketplace, que significó sumar más de 20 mil nuevos códigos de productos (SKU's). Como complemento seguimos invirtiendo en logística y en ampliar y mejorar los puntos click and collect para el retiro de compras online en tiendas.

Los reclamos representaron un 0,24% del total de transacciones realizadas en el año, y continuaremos esforzándonos para reducir esa cifra. Utilizando la tecnología, estamos mejorando procesos, lo que se tradujo en un alza de 10% en el NPS (indicador de satisfacción de clientes) con respecto a 2017, con un aumento transversal de todos los ítems que componen la medición. En el marco de un proceso de mejoramiento continuo, en 2018 empezamos a medir específicamente el NPS de nuestras ventas de comercio electrónico, lo que esperamos se traduzca en avances que nos permitan seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes en ese ámbito.

Sabemos que la confianza de los clientes se gana o se pierde todos los días. Por segundo año consecutivo, Sodimac fue reconocida como la segunda institución después de Bomberos en la que más confían los chilenos según el estudio I-Creo, desarrollado por Almabrands, que evalúa las dimensiones honestidad y transparencia; responsabilidad; empatía; respaldo y cercanía. Este hecho nos desafía a seguir mejorando.

No quisiera concluir esta carta sin reiterar nuestro firme compromiso con los Principios Rectores de Derechos Humanos y el Pacto Global de las Naciones Unidas, las Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE, los protocolos del Global Reporting Initiative (GRI) y los lineamientos de ISO 26000. Principios Rectores de Derechos Humanos y el Pacto Global de las Naciones Unidas, las Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE.

Quedamos atentos y agradecemos todas sus observaciones y sugerencias para disminuir nuestras brechas y seguir avanzando en el camino de mejoramiento y desarrollo sostenible en el que estamos comprometidos.

Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile

Sodimac y su Entorno

(102-15)

Contexto del retail

El retail se está transformando en respuesta a profundos cambios en los consumidores y en el entorno. El escenario es cada vez más competitivo y con crecientes exigencias para las empresas.

Dos grandes tendencias marcan el retail:

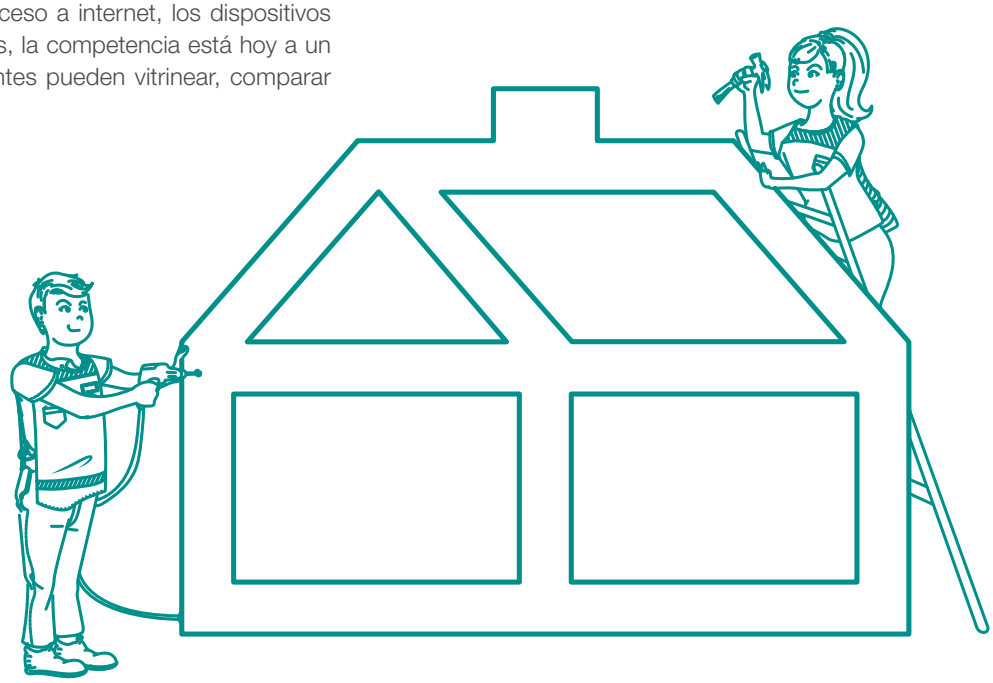
1. Consumidor ciudadano

Los clientes han ido incorporando crecientemente una dimensión ciudadana en sus decisiones. Están muy conscientes de sus derechos y esperan que las empresas generen valor más allá de su negocio, que también ayuden a cuidar el medioambiente y aporten en la solución de los problemas sociales.

2. Transformación digital

Con la masificación del acceso a internet, los dispositivos móviles y las redes sociales, la competencia está hoy a un click de distancia, los clientes pueden vitrinear, comparar precios y comprar sin necesidad de salir de su hogar. Esto está revolucionando 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.

En respuesta a estos cambios, Sodimac se ha enfocado en profundizar la integración de la sostenibilidad en su estrategia y acelerar su proceso de transformación digital, mejorando capacidades tecnológicas y logísticas, aprovechando también su red de tiendas para buscar entregar la mejor experiencia a los clientes.



Marco Estratégico

(102-16)

Entendemos el valor que tiene la Casa para la calidad de vida de las personas. Eso es lo que da sentido y trascendencia a nuestro trabajo: mejorar hogares y comunidades, juntos cuidar la casa de todos.

Nuestro Propósito

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

Nuestra 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.

Nuestra 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

RESPETO
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.

Sodimac en América Latina

(102-2; 102-4; 102-5; 102-18)

Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar del grupo 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 su compañía matriz y se realiza una gestión coordinada de las operaciones en los diferentes mercados.

COLOMBIA	2016	2017	2018
Puntos de venta	38	38	40
Trabajadores	8.290	8.448	8.933
Superficie de venta (m²)	**376.888**	**368.383**	**385.290**

PERÚ	2016	2017	2018
Puntos de venta	56	56	56
Trabajadores	9.348	9.995	9.684
Superficie de venta (m²)	**342.942**	**371.714**	**372.382**

ARGENTINA	2016	2017	2018
Puntos de venta	8	8	9
Trabajadores	1.519	1.641	1.696
Superficie de venta (m²)	**83.736**	**85.941**	**94.073**

BRASIL	2016	2017	2018
Puntos de venta	55	57	53
Trabajadores	2.989	3.317	3.320
Superficie de venta (m²)	**147.573**	**167.434**	**163.746**

URUGUAY	2016	2017	2018
Puntos de venta	3	3	3
Trabajadores	375	423	441
Superficie de venta (m²)	**24.319**	**24.849**	**24.849**

MÉXICO (*)	2016	2017	2018
Puntos de venta			3
Trabajadores		127	800
Superficie de venta (m²)			**34.610**

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

Desarrollo operativo de Sodimac Chile

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

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

	2016	2017	2018
Puntos de venta	71	74	74
Trabajadores	17.230	18.156	18.020
Superficie de venta (m²)	**636.849**	**669.775**	**686.258**

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 78.455 m². En 2018 se cerraron tres tiendas Sodimac Constructor de menor tamaño que fueron reemplazadas por remodelaciones y ampliaciones en tiendas de formato integrado Sodimac Homecenter y Sodimac Constructor.*

Fuente: *Sodimac.*

Cadena de Valor

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

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

Cadena de suministro

Alrededor de 3.400 proveedores en productos y servicios de diversos rubros y tamaños.

63% de proveedores de productos de origen nacional.

113 proveedores locales e internacionales inscritos en Sedex.

89 evaluaciones sociales de estándares de salud y seguridad de los trabajadores, DD.HH., medioambiente y laboral realizadas en 2018.

Logística

En Chile: 12 centros de distribución y bodegas (propios y arrendados).

490 mil m² de almacenamiento total (170 mil m² propios).

Huella de carbono: 45% de las emisiones de GEI se generan por el transporte de productos.

+1 millón suscriptores canal de YouTube tutoriales Sodimac.

Modelo de gestión NPS en todas las tiendas y canales de contacto, para medir nivel de satisfacción y experiencia de clientes.

Reclamos representan 0,24% del total de transacciones en 2018.

18 Puntos Limpios de Sodimac: 3.206 toneladas de residuos reciclados en 2018; superando las 832 mil visitas de clientes y comunidad en general.

6 formatos de tienda:

SODIMAC HOMECENTER
SODIMAC CONSTRUCTOR
SODIMAC.COM
HOMY Diseño para todos
IMPERIAL
VENTA EMPRESAS

Más de 55.000 productos diferentes (SKU).

74 tiendas (se excluye Imperial).

686.258 m² superficie de venta.

Más de 50 millones de transacciones en 2018.

2 mercados: Mejoramiento del hogar, Especialista.

Comercial

Uso y posconsumo

Clientes: Familias (dueños y dueñas de casa), maestros (contratistas y pequeños especialistas) y empresas constructoras (medianas y grandes)

402.123 socios en Chile del programa Círculo de Especialistas (CES).

23 marcas propias:

REDLINE PROFESSIONAL, ERGO, Asenti, Klimber, AUTO STYLE, FIXSER, topex, casa bonita, DAIKU, humboldt, sensi dacqua Basic, BauKer, Home Collection, ozom, HALUX, PETIZOOS, kleine, KOLOR, Mr. Beef, do it, HÖLZTEK, VOLKER, UBERMANN

Crecimiento Responsable

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

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

Estrategia de Sodimac al 2023

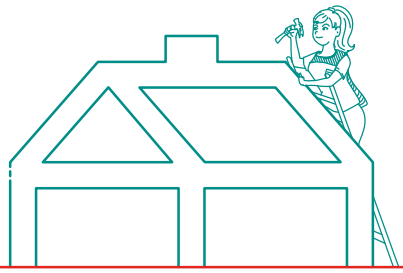
Sodimac se desarrolla siguiendo un plan estratégico quinquenal centrado en sus tres pilares corporativos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

Con la participación de los distintos estamentos de la empresa, incluyendo el directorio, se definió en 2018 un plan estratégico que estableció metas al 2023. En 2018 Sodimac también acordó centrar sus esfuerzos en tres focos estratégicos: dar la mejor experiencia al cliente; avanzar en la transformación digital y aumentar la eficiencia organizacional.

Durante el año, destaca la puesta en marcha del gobierno e iniciativas de la transformación digital. En materia de crecimiento se vio un importante avance en comercio electrónico destacando el lanzamiento del Marketplace y la actualización de puntos de retiro en tiendas, además de tres aperturas (San Antonio, La Serena y comuna de Independencia) y remodelaciones de tiendas, mientras que en rentabilidad se ha seguido profundizando la implementación de medidas de automatización en el principal centro de distribución y en las tiendas. En materia de sostenibilidad se implementaron medidas de reducción de residuos y se avanzó en la implementación de energías renovables no convencionales para autoabastecer instalaciones de Sodimac. La empresa dejó de entregar bolsas plásticas desechables a los clientes, se fortaleció el compromiso de impulsar la economía circular adhiriendo a "The Circular Economy 100" (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y también se siguió expandiendo la Red de Puntos Limpios, entre otras iniciativas.

Construyendo la casa del Futuro

Un Compromiso que comienza Hoy



LOS CLIENTES ESTÁN EN EL CENTRO DE NUESTRA CASA

Por lo que trabajamos con pasión para ofrecerles una mejor calidad de vida

y una experiencia de servicio que supere sus expectativas.

NUESTRA CASA CUENTA CON TRES PILARES QUE SOSTIENEN ESTA ESTRATEGIA

C CRECIMIENTO

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

S SOSTENIBILIDAD

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

R RENTABILIDAD

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

PARA LOGRAR NUESTRA ESTRATEGIA, PONEMOS ATENCIÓN EN TRES FOCOS

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

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

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Desarrollando una cultura ágil que promueva la colaboración, innovación, aprendizaje, trabajo en equipo y empoderamiento. Nos informamos para tomar decisiones siempre pensando en el cliente.

EFICIENCIA ORGANIZACIONAL

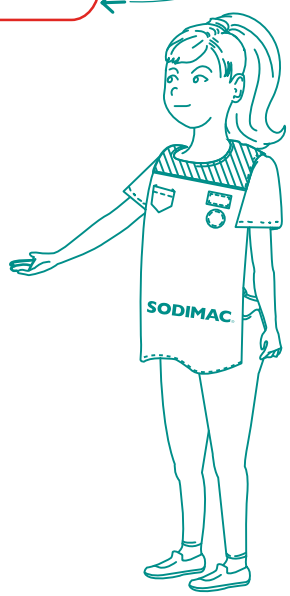
Buscamos simplificar, digitalizar y agilizar nuestros procesos, apoyándonos en tecnología, para ser más eficientes y profundizar nuestro negocio.

Y NO PODRÍAMOS LOGRAR ESTO SIN...

NUESTRAS PERSONAS E INFRAESTRUCTURA

La casa la hacemos todos. Somos nosotros el motor del cambio y lo hacemos viviendo el REIR. Por ello, nos esforzamos en desarrollar al mejor equipo humano y en generar un excelente ambiente laboral.

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



Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.

SODIMAC

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, convirtiéndose en una materia que forma parte integral de la estrategia de crecimiento de la empresa, con mediciones de esta integración de la sostenibilidad al negocio e indicadores concretos que la vinculan con los incentivos que reciben los ejecutivos.

Nueva política de Derechos Humanos

Entre los hitos relevantes de 2018 sobresale la actualización de la Política de Derechos Humanos (DD.HH.) de la empresa, lanzada por primera vez en 2016 y que esta vez incorporó las directrices de la OCDE en esta materia. La iniciativa responde al interés de la compañía por mantenerse en una posición de avanzada en sus protocolos referidos a la defensa y promoción de los DD.HH., considerando la relevancia creciente de este tema entre los clientes, trabajadores y comunidades.

Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos

La compañía realizó en 2018 un Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, de acuerdo con los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU.

En esta iniciativa participaron el Comité Ejecutivo, proveedores, trabajadores, empresas contratistas y dirigentes sindicales de Sodimac, con 63 entrevistas y la revisión de 217 documentos. Los temas y riesgos levantados en este proceso fueron integrados a la Gestión de Riesgos de la empresa, sumando una nueva mirada respecto a los impactos en las personas a todo el proceso de prevención y mitigación realizado por la organización.

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- 2018 | 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.
- En 2018, Sodimac actualiza su política de DD.HH. y realiza un proceso de Debida Diligencia en DD.HH.
- Mediciones ESG con públicos de interés.

SSIndex 2018
STAKEHOLDERS SUSTAINABLE INDEX

Mediciones ESG con públicos de interés

En el marco del trabajo desarrollado desde 2017 con ESG Compass (de la Universidad de Yale) para utilizar en la empresa la herramienta de gestión SSIndex -Stakeholders Sustainable Index (o Índice Sostenible de los Grupos de Interés), durante el año Sodimac incorporó nuevos grupos de interés a esta metodología, abarcando entre ellos a clientes, proveedores y comunidad.

Con esta acción, la empresa ha complementado sus esfuerzos en gestión de riesgos y monitoreo sostenible en la relación con sus principales stakeholders, y en particular con la cadena de valor.

Lineamientos de Sostenibilidad

(102-11; 103-2)

Desde 2016, Sodimac cuenta con una Política de Sostenibilidad Corporativa que unifica los compromisos de la empresa en todas sus unidades de negocio. Esta política identifica las partes interesadas prioritarias y define compromisos explícitos 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 Sodimac con los instrumentos internacionales de sostenibilidad.

La estrategia de Sodimac se enmarca en esta política de sostenibilidad, procurando avanzar en los compromisos asumidos.

Nuestros trabajadores

Buscamos brindar un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes con los trabajadores y respeto a la libertad sindical. Incentivamos el diálogo como mecanismo esencial de relacionamiento; participación y estilos de liderazgo modernos, con énfasis en el desarrollo y aprendizaje constante; calidad de vida y bienestar integral; el cuidado y la seguridad de nuestros trabajadores; el respeto a la dignidad de las personas; la diversidad y fomentar un sano orgullo de pertenecer a nuestra compañía.

Nuestros clientes

Ponemos al cliente en el centro de nuestro quehacer, a través del comercio y marketing responsable, asegurando la disponibilidad, calidad y seguridad de nuestros productos; respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas; cumpliendo nuestras promesas: aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor experiencia en servicio.

Nuestros proveedores

Tratamos a nuestros proveedores de manera transparente y justa, rigiéndonos por un marco general que se funda en el concepto de aprovisionamiento responsable; desarrollamos relaciones de largo plazo, como socios estratégicos de nuestra cadena de valor; realizando acciones que valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.

Gobierno corporativo y ética empresarial

Velamos por el cumplimiento normativo y un comportamiento ético y transparente en nuestro desempeño económico, social y medioambiental, rigiéndonos por los lineamientos que conforman el marco conceptual mundialmente aceptado en materia de sostenibilidad; nuestro Sistema de Gestión Ética y viviendo los valores que se dan a conocer en nuestras normas éticas internas para la gestión diaria de la compañía.

Compromiso con la comunidad

Buscamos construir una relación mutuamente beneficiosa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos en las comunidades donde estamos presentes. Ampliamos el acceso a productos y servicios a sectores de menores ingresos, buscando aportar a una mejora efectiva de su calidad de vida; fomentamos la empleabilidad local, ofrecemos capacitaciones a clientes y comunidad, potenciamos la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo y estrechamos alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.

Compromiso con el medioambiente

Trabajamos por un desarrollo sostenible, procurando disminuir los impactos medioambientales y buscando el uso eficiente de los recursos en toda nuestra operación. Fomentamos la toma de conciencia y el ejercicio de prácticas de cuidado ambiental en nuestra organización, clientes y la comunidad.

Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

(102-11)

La empresa está comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), un conjunto de objetivos globales que buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad de todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible.

Chile suscribió sus propios ODS, definiendo prioridades que se alinean con la visión mundial de cara al año 2030. El logro de estos objetivos y metas exige un trabajo conjunto del sector público, el privado y la sociedad civil.

Sodimac se ha sumado a esta iniciativa haciendo un análisis de los objetivos y metas vinculados con el quehacer de su negocio, de modo de gestionar y reducir los impactos negativos. Los ODS han sido vinculados con los temas materiales de sostenibilidad y su gestión se expone en cada capítulo de este reporte.

En 2018, Sodimac fue destacado en la iniciativa Sumando Valor, que es desarrollada por las organizaciones CPC, SOFOFA 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

Relacionamiento con Grupos de Interés

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

Sodimac es una organización que, a la par de generar valor económico, se esfuerza por contribuir al desarrollo integral de trabajadores, clientes, proveedores, ciudadanía, comunidad financiera, accionistas y autoridades.

Sobre este marco conceptual, en julio de 2018 se desarrolló un documento que renueva la política de relacionamiento de la compañía con sus públicos de interés. Gracias a este ejercicio, Sodimac reafirmó su compromiso con todos los stakeholders, estableciendo con claridad los principios que guían el relacionamiento que se establece con cada interlocutor y la responsabilidad que tiene cada miembro de la empresa en este ámbito.

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

- Respecto
- Excelencia
- Integridad
- Responsabilidad

Canales de comunicación con los grupos de interés

Adicionalmente, y como complemento, durante el año también se actualizaron los canales de comunicación con los grupos de interés, en la convicción de que la sostenibilidad se construye sobre la base de una escucha activa de los stakeholders.

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

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

Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Principales Compromisos
Proveedores	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	- Encuentro Anual con Proveedores.	(AN)	- Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor.	- Trato justo según normas de código de autorregulación TCS.
		- Reuniones con equipo comercial.	(DI)	- Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes.	- Velar por cumplimiento de normas laborales y de DD.HH., y entornos productivos sostenibles.
		- Líneas directas de atención, teléfono y correo electrónico.	(DI)		
		- Encuestas.	(AN)		
		- Reuniones periódicas con gerencia de control de calidad.	(SE)		
		- Centro de Innovación con Proveedores (CIP).	(DI)		
		- Programa Sedex.	(DI)		
		- Contraloría TCS para consultas, reclamos y quejas.	(DI)		
		- Feria de productos.	(ME)		
		- Line reviews.	(TR)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
Comunidades	Las comunidades que rodean nuestras tiendas y otras instalaciones.	- Diálogo directo a través de reuniones, cartas, correo electrónico y teléfono.	(DI)	- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.	- Ser un buen ciudadano corporativo con vinculo 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)	- Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos.	
		- Trabajo territorial y Estudio Pulso previo a apertura de tiendas.	(TR)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias.	(DI)		
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.	- Cumplimiento normativo y ético.
		- Iniciativas multistakeholder.	(DI)	- Aportar desde la experiencia para mejorar normativas y estándares.	- Uso eficiente de los recursos y respeto al medioambiente.
		- 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.	- Mejorar estándares empresariales.
		- Eventos empresariales.	(TR)	- Fomentar colaboración público-privada.	- Cumplimiento de normas de libre competencia.
		- Iniciativas multistakeholder.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		

	Grupo Interés	Cómo dialogamos		Objetivos	Principales Compromisos
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.	- Fomento de la innovación para abordar desafíos y oportunidades.
		- Diálogo directo.	(SE)	- Programas de formación para clientes y trabajadores.	
		- 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)		
ONG's y otros expertos	Organizaciones del mundo civil expertas en distintas materias con las que colaboramos para elevar nuestros estándares y aportar en la solución de diversas problemáticas.	- Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico, reuniones y teléfono.	(DI)	- Escucha activa para entender y anticiparse a requerimientos del entorno.	- Contribución a la calidad de vida y al bienestar social, económico y cuidado del medioambiente.
		- Alianzas y actividades conjuntas.	(ME)	- Trabajo colaborativo en materias de interés común.	
		- Iniciativas multistakeholder.	(ME)	- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.	
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		
Inversionistas	Tenedores de bonos de Sodimac y accionistas de nuestra compañía matriz que se transa en Bolsa.	- Reportes de resultados e información a CMF.	(TR)	- Transparencia corporativa.	- Velar por el interés de todos los accionistas.
		- Actividades de Investor Relations organizadas por compañía matriz.	(TR)	- Gestión ética y cumplimiento normativo.	- Promover la conducta ética en todos los niveles de la organización, a través del Programa de Probidad Corporativa.
		- Memoria Anual.	(AN)		- Gestión proactiva de riesgos.
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
Prensa	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.	- Contactos telefónicos y correo electrónico.	(DI)	- Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders.	- Respeto al rol.
		- Reuniones.	(ME)		- Ética y rigurosidad en la entrega de información.
		- 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)		

Alianzas

(102-11; 102-13)

Para Sodimac es relevante generar alianzas y establecer relaciones con diferentes entidades gremiales, y contribuir al desarrollo de políticas públicas. La empresa también intercambia mejores prácticas y aporta su experiencia y conocimientos participando en diversas mesas de trabajo.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

Sodimac forma parte de 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 avisador.

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

Ámbito de acción: responsabilidad social y sostenibilidad

La empresa integra 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, la 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).
- Sernam EG (www.minmujeryeg.cl).

Ámbito de acción: medioambiente

Sodimac potencia sus esfuerzos en materia de sustentabilidad, protección del medioambiente y mitigación de sus emisiones estableciendo diversas alianzas.

- World Wildlife Fund (WWF Chile) (www.wwf.cl).
- Fundación Chile (www.fundacionchile.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).
- Programa Declaración Ambiental de Productos de la Construcción (DAPCO) (www.dapco.cl).
- Centro de Líderes Empresariales contra el Cambio Climático (www.clgchile.cl).
- Ellen MacArthur Foundation (www.ellenmacarthurfoundation.org).

Ámbito de acción: comunidad

Sodimac colabora con diversas organizaciones que trabajan para erradicar la pobreza, mejorar las condiciones de vida y ayudar 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

Temas Estratégicos de Sostenibilidad

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

Sodimac cuenta con 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).

Sodimac Chile continuó trabajando su materialidad en 2018, en línea con la planificación estratégica de la compañía para el período 2016-2021, homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México, para contar con una lista de temas estratégicos corporativos. Así la empresa se asegura que todas estas unidades gestionan los mismos temas, y en base a estos resultados, las operaciones en otros países tendrán claridad sobre las materias que deben gestionar.

El gráfico siguiente indica 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		Lógistica (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	●	●					●
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

(102-11; 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.

El Comité está integrado 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
- Homy
- Asuntos Legales y Sostenibilidad

Durante 2018, el Comité se reunió 3 veces, abordándose principalmente temas asociados a productos eco sostenibles, gestión de sostenibilidad (Index) y proceso de debida diligencia de derechos humanos.

Gerencia de Asuntos legales y Sostenibilidad

Su función es dirigir, coordinar y asesorar en materias jurídicas y de sostenibilidad a las distintas áreas, buscando garantizar que los proyectos actuales y futuros cumplan con la normativa legal vigente y con normas nacionales e internacionales que fortalezcan el crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad de la compañía.

Funciones:
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 al año 2021.
- 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 al año 2021.
- 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 de la compañía.

Jefe de Medioambiente

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

Medición: Index de Sostenibilidad

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

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

1. Una gestión transversal de la sostenibilidad, que forme parte de todas las áreas 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.

Buscando capturar esta doble característica, Sodimac implementó un instrumento específico (Índex), elaborado por el Centro Vincular de la PUCV, que evalúa su gestión interna en esta materia en todas sus operaciones, analizando la gestión de la compañía desde dos ángulos:

- Considera las mejores prácticas o procesos de empresas de clase mundial, enmarcadas dentro de las expectativas que emanan de instrumentos normativos internacionalmente reconocidos y por el gobierno de Chile, recogiendo las mejores prácticas o ejemplos disponibles en diversas áreas. Esto va evolucionando con los cambios del entorno global.

- Se evalúa el nivel de integración de los temas materiales o estratégicos a la gestión de cada área. Es decir, cada tema material o estratégico, sobre la base de un ciclo de gestión que asegura que esté siendo abordado por la empresa.

La aplicación del Índex de Sostenibilidad durante el año arrojó un 74% de resultado global para Sodimac Chile. Esto significa que la empresa cuenta con un 71% de alineación a prácticas de clase mundial, inspiradas en los lineamientos de los grandes instrumentos internacionales de sostenibilidad, reconocidos a nivel global; y un 77% 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. En consecuencia, 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 decidió implementar para reforzar el compromiso con la sostenibilidad de manera estratégica.

Jornada de Sostenibilidad Corporativa

En enero 2018, con el fin de entregar los lineamientos generales de sostenibilidad de Sodimac, dando a conocer los desafíos globales y su integración con los focos estratégicos de la organización, se organizó el "Encuentro Sostenibilidad Corporativo", evento al que asistieron todos los equipos encargados de esta materia en los siete países donde la empresa está presente. También se contó con la participación del equipo del Centro Vincular – PUCV, áreas corporativas de Sodimac y del grupo Falabella.

Entre otros, durante el encuentro se trataron temas como la agenda global y los últimos desafíos de la sostenibilidad, y se realizaron exposiciones que abordaron los avances registrados a nivel corporativo en este ámbito, junto a la entrega de los lineamientos comunes que deben dar coherencia al trabajo realizado en cuanto a sostenibilidad en los distintos mercados.

Adicionalmente, se identificaron focos que ayudan a apalancar la evolución de Sodimac hacia una empresa sostenible, y los encargados de cada país expusieron sus experiencias con el fin de promover el traspaso de buenas prácticas, identificar focos de transformación y los desafíos que permitirá continuar avanzando en el desarrollo responsable de la compañía, conjugando sus pilares estratégicos de crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.


SODIMAC
HOMECENTER

Premios y reconocimientos

En 2018, Sodimac recibió las siguientes distinciones:

Ranking Empresas Responsables y Mejor Gobierno Corporativo	7° lugar (primer retail Mejoramiento del Hogar)	Merco - El Mercurio
Premio Reputación Corporativa	8° lugar (primer retail Mejoramiento del Hogar)	RepTrack Chile (Reputation Institute)
Reputación Marca (Empresas Más Valiosas de Chile)	2° lugar	BrandZ / Millward Brown
Reconocimiento Marketing Hall Of Fame	Sodimac Constructor	Marketing Hall Of Fame
Ranking Reputación Corporativa	4° lugar (primer retail Mejoramiento del Hogar)	Hill&Knowlton Strategies y GfK Adimark - Pulso
Ranking ICREO 2018	2° lugar (1° retail, solo superada por Bomberos)	Almabrands
Encuesta Nacional de Voluntariado 2018	1° lugar (1° retail)	Cadem
Marcas Ciudadanas 2018	20° lugar (1° retail Mejoramiento del Hogar)	Cadem
Ranking Marcas Más Valoradas por los Chilenos	10° lugar (1er retail)	Brand Asset Valuator (BAV) / El Mercurio
Reconocimiento Empresas Más Innovadoras de Chile	Categoría retail (primer retail Mejoramiento del Hogar)	Best Place to Innovate - UAI
Índice de Sustentabilidad Corporativa	11° lugar (primer retail)	Revista Capital - ActionAbility Institute
Ranking Merco Empresas	9° lugar (1° retail Mejoramiento del Hogar)	Merco - El Mercurio
Ranking GPTW	33° lugar (Dentro de las top 50)	GPTW
Reconocimiento YouTube - Google	1 millón de suscriptores Canal Sodimac (primer retail de América Latina)	Google
Reconocimiento Huella Chile	Medición de Huella de Carbono	Ministerio de Medio Ambiente

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Hitos

- Realización del Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, según los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU.
- BH Compliance certificó la implementación por parte de Sodimac de los modelos de prevención de delitos señalados por la Ley 20.393.

Sodimac desarrolla sus actividades comerciales cumplimiendo a cabalidad los preceptos legales y los derechos civiles y laborales de las personas. Complementariamente, dispone de un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar eventuales 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

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Liderazgo en Sodimac

Directorio

(102-12; 102-18; 102-19; 102-20; 102-22; 102-23; 102-24; 102-26; 102-31; 102-35)

El gobierno corporativo de Sodimac se estructura a partir de un directorio formado por nueve miembros sin suplentes, elegido en Junta de Accionistas y propuestos por el grupo controlador considerando criterios profesionales, conocimiento especializado e independencia en el ejercicio del cargo. Los directores establecen los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, velan por su cumplimiento y responden frente a los accionistas.

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, el que incluye la política de sostenibilidad de Sodimac.

El directorio y 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, de acuerdo a los siguientes preceptos:

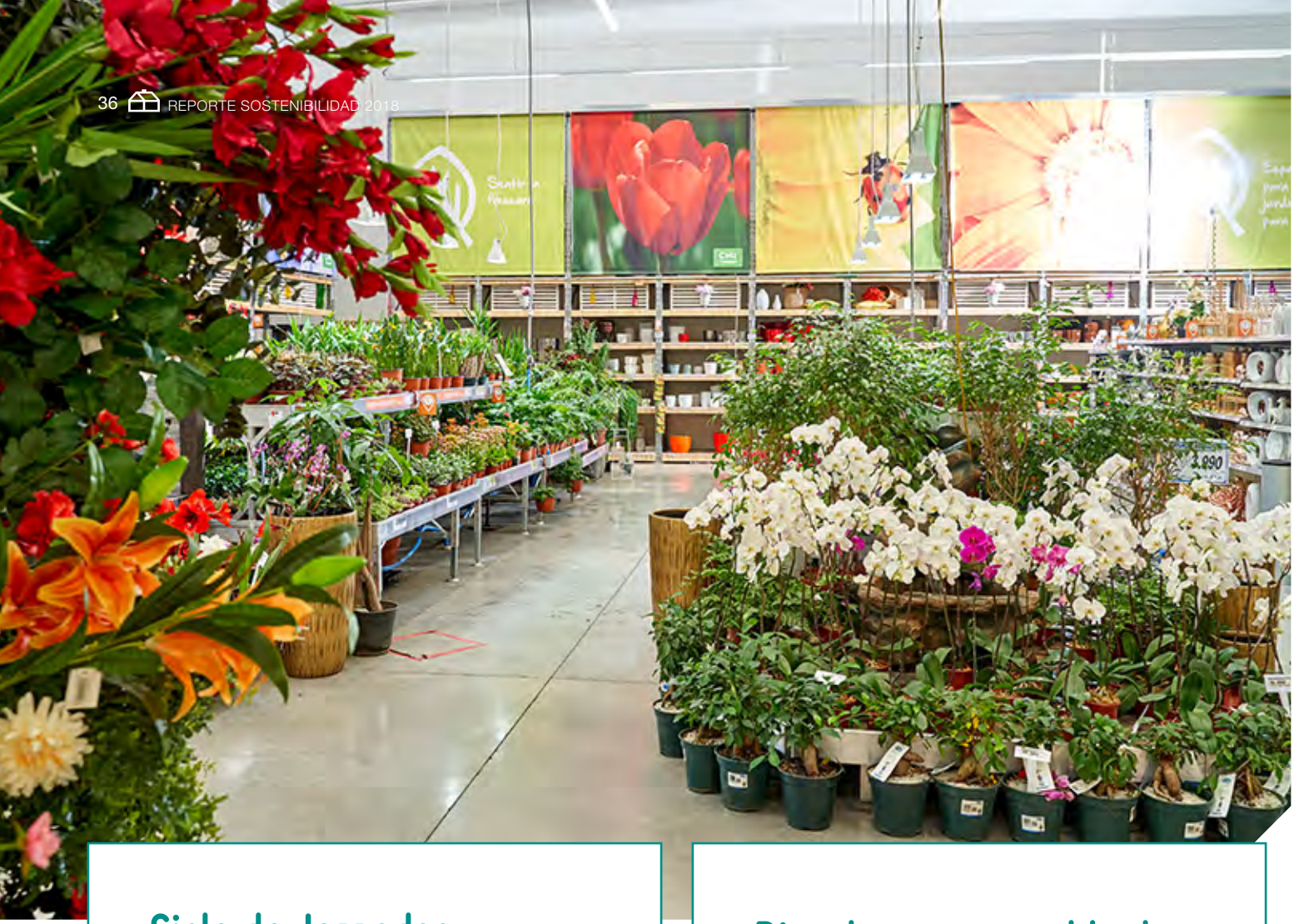
- Principios Sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT.
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.
- Principios del Global Reporting Initiative (GRI).
- Compromisos asumidos voluntariamente como parte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

El directorio supervisa el desempeño y la gestión de la empresa en sus diferentes ámbitos, recibiendo en cada sesión reportes regulares del gerente general y de los máximos ejecutivos. Por política interna, ningún director desempeña cargos administrativos en la empresa.

El comité de directores lo conforman tres integrantes de la mesa directiva, correspondiendo dicho rol en 2018 a Nicolás Majluf Sapag, Jaime García Rioseco y Gonzalo Rojas Vildósola. Durante el período, este comité revisó materias propias de su competencia encargadas por el directorio, incluido el examen de las operaciones con partes relacionadas, conforme al título XVI de la Ley 18.046 y la política de habitualidad de la compañía.

Los trabajadores mantienen canales de diálogo permanente con los miembros del 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 26 de abril de 2018 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.



Ciclo de Jornadas de Formación para Directores

Con el fin de mantener al directorio de la compañía permanentemente actualizado en toda materia que pueda contribuir al fortalecimiento del gobierno corporativo y la ética empresarial, en 2018 sus integrantes participaron en dos jornadas de capacitación organizadas por SACI Falabella, en las cuales se abordaron temas como: defensa de los derechos del consumidor; gobernanza, ética y cumplimiento; tendencias del consumidor en Latinoamérica; tendencias regulatorias en datos y ciberseguridad, y uso de datos y data analytics, entre otros.

Director responsable de fortalecer seguimiento a Política de Sostenibilidad

En 2018, se formalizó como política corporativa que un miembro del directorio sea responsable de supervigilar el desarrollo de la política de sostenibilidad de Sodimac, rol que fue asumido por Nicolás Majluf en su calidad de presidente del Comité de Directores. Él será responsable de revisar y validar, además de orientar y dar retroalimentación continua, definiéndose que levantará estas materias permanentemente al citado comité, y por su intermedio, al directorio de la compañía.

Directorio

(102-22; 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 **Cecilia Karlezi Solari**
Empresaria
Rut: 7.005.097-8
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

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

5 **Paola Cúneo Queirolo**
Licenciada en Ciencias de la Administración
Universidad de Chile
Rut: 8.506.868-7
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

6 **Juan Pablo Del Río Goudie**
PRESIDENTE
Arquitecto
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

7 **Elizabeth Lehmann Cosoi**
Ingeniera comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 11.625.647-9
Fecha de nombramiento:
25/04/2017

8 **Jaime García Rioseco**
Economista
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.894.661-3
Fecha de nombramiento:
25/04/2016

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

Nota: *Reemplazó en esa fecha al director Carlo Solari Donnagio, RUT: 9.585.749-3, que había sido reelegido el 25/04/2016.
Más información de Gobierno Corporativo y su composición en Memoria Anual 2018 (página 28 y 29).

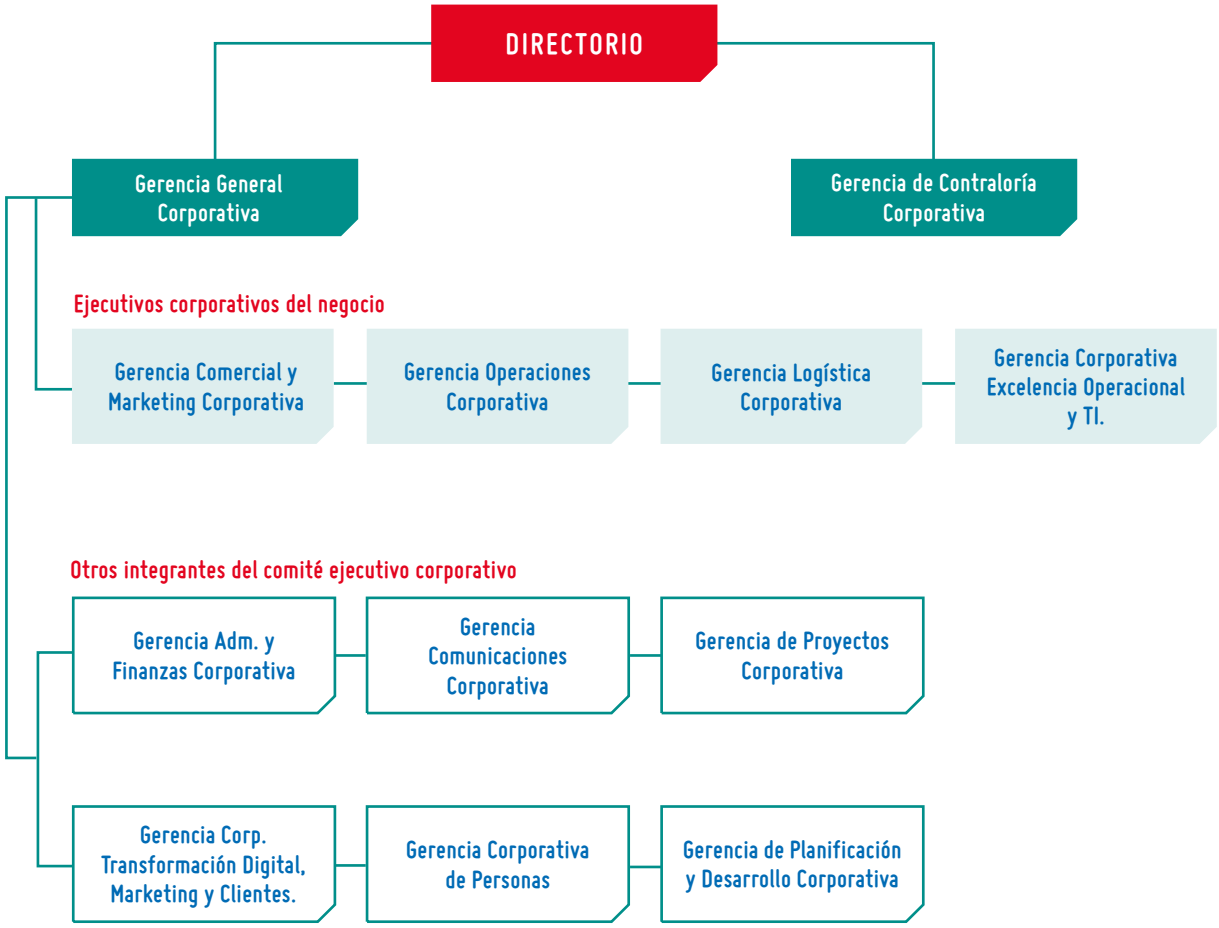
Equipo Ejecutivo

(102-19; 102-22)

La plana ejecutiva de Sodimac es encabezada por el gerente general corporativo, a quien le reportan los gerentes generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Sodimac Perú y Sodimac México. También lidera un comité ejecutivo corporativo que se reúne semanalmente. Esta estructura busca una dirección del negocio ágil y eficiente, en apoyo a la política de internacionalización de la empresa.

El equipo gerencial tiene por misión lograr un crecimiento responsable en todos los mercados, aplicando las sinergias de una operación a escala internacional, pero respetando la cultura y especificidades propias 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 empresa.

Organigrama organizacional



Comité Ejecutivo Corporativo

(102-18)

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

- Mariasol Soto Becerra
Gerente corporativo de RR.HH
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 Sodimac Chile

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

El Comité Ejecutivo de Sodimac Chile dirige 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 las diferentes gerencias al gerente general, quien finalmente los comunica al directorio.

1 **Juan Carlos Corvalán Reyes**
Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad
Abogado
Rut: 8.662.785-K
Fecha nombramiento: 1/08/2006

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

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 **Bernarda Valderrama Mena**
Gerente de Sistemas
Ingeniero Civil en Computación
Rut: 9.706.551-9
Fecha nombramiento: 25/10/2016

5 **Marcio Kohiro Nakasawa**
Gerente Homy
Ingeniero Eléctrico
Rut: 14.708.531-1
Fecha nombramiento: 1/10/2018

6 **Eduardo Mizón Friedemann**
Gerente General
Ingeniero civil industrial
Rut: 9.586.083-4
Fecha nombramiento: 1/08/2006

7 **Mariano Imberga**
Gerente de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Industrial
Rut: 24.547.340-0
Fecha nombramiento: 1/03/2015

8 **Claudia Castro Hruska**
Gerente de Personas
Ingeniero Comercial
Rut: 9.122.599-9
Fecha nombramiento: 1/10/2014

9 **Rodrigo Gamero Cussianovich**
Gerente Comercial, Marketing y Ventas a Distancia
Bachelor´s degree marketing
Rut: 26.255.026-5
Fecha nombramiento: 1/04/2018

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

11 **Sebastián Simonetti Vicuña**
Gerente de Operaciones
Ingeniero civil industrial
Rut: 13.442.409-5
Fecha nombramiento: 1/06/2018

Movilizando a los líderes

(102-35)

Sodimac ofrece un sistema de incentivos que incluye bonos de retribución de acuerdo con metas económicas y vinculadas a materias ambientales y sociales específicas. El objetivo es alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos de la empresa.

El cálculo de las compensaciones variables de los gerentes generales y sus equipos ejecutivos en todas las unidades de negocio incorpora los resultados del Índex de Sostenibilidad (herramienta que mide anualmente los avances en la gestión de sostenibilidad de la empresa en las dimensiones económica, social y ambiental).

En 2018 la plana gerencial de Sodimac Chile -compuesta por gerentes del comité ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios- percibió remuneraciones e incentivos por un total de M$19.710.329, mientras que esta cifra en 2017 sumó M$16.824.728.

En el período, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos alcanzaron M$1.092.877, monto que en 2017 ascendió a M$755.109.

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

Ética y Derechos Humanos

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

Marco ético de Sodimac

Para Sodimac la sostenibilidad implica 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. Esto se basa en la valoración y consideración de la persona humana, su dignidad y derechos fundamentales, como eje de estructura y foco central de todo el accionar de la empresa, sus ejecutivos y trabajadores.

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

- Sistema de integridad corporativo.
- Medición de pulso comunidad.
- Programas de marketing y comercio responsable.
- Marco de relacionamiento con proveedores (Transparencia Comercial Sodimac).
- Sistema de gestión y desarrollo de proveedores.

Proceso de Debida Diligencia en DD.HH.

(102-29; 412-1)

La compañía realizó en 2018 un Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, de acuerdo con los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU.

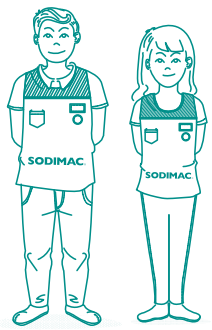
En esta iniciativa participaron el Comité Ejecutivo, proveedores, trabajadores, empresas contratistas y dirigentes sindicales de Sodimac, con 63 entrevistas y la revisión de 217 documentos. Los temas y riesgos levantados en este proceso fueron integrados a la Gestión de Riesgos de la empresa, sumando una nueva mirada respecto a los impactos en las personas a todo el proceso de prevención y mitigación realizado por la organización.

El alcance de este proceso considera a Sodimac Chile, con sus 74 tiendas y 12 centros de distribución y bodegas a lo largo del país.

Programa de Integridad Corporativo

Sodimac cuenta con un Programa de Integridad Corporativo que identifica, previene y aborda eventuales situaciones que se alejen de los valores de la empresa, incluyendo temas de derechos humanos.

Código de Ética



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

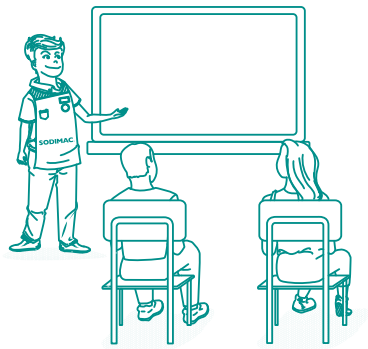
ESTRUCTURA DE APOYO

PLATAFORMA DE INTEGRIDAD
para trabajadores y proveedores

www.eticaccion.cl

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

Socialización y Capacitación



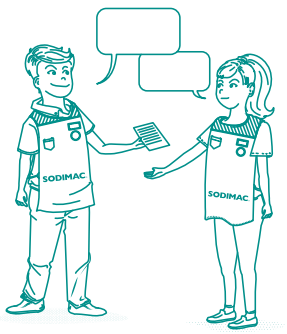
Capacitaciones respecto a los valores, principios y la guía EticAcción, promover el Sistema de Integridad y generar confianza en la estructura y la plataforma.

Trabajadores

¿CÓMO FUNCIONA NUESTRA ESTRUCTURA DE APOYO A LA INTEGRIDAD?

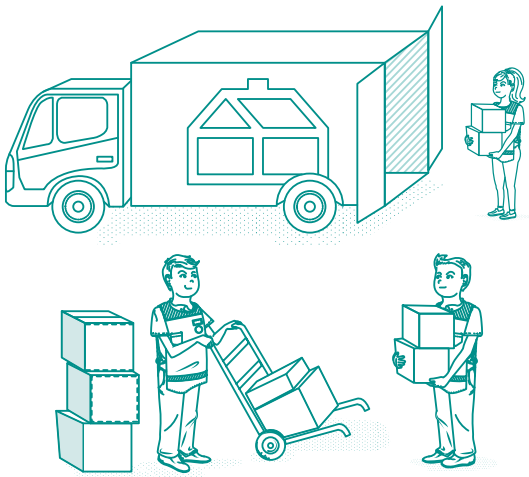
PREGUNTA O CASO DE INTEGRIDAD → Pregunta de integridad → Orientación por parte del consejero de Integridad → La persona toma una decisión informada

Caso de Integridad → Se registra el caso y notifica al Consejo Intermedio → Se Evalúa y deriva investigación según corresponda → Se hace un seguimiento hasta el cierre del caso manteniendo informado al denunciante y al Coordinador General de Integridad



Proveedores

TRANSPARENCIA COMERCIAL SODIMAC



Este sistema busca prevenir fraudes, conflictos de interés y abusos de poder, entre otras conductas, e incorpora los elementos del sistema voluntario propuesto por la Ley 20.393 para evitar la 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.

Certificación en materia de compliance

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

Canal de Integridad

(406-1)

Los trabajadores -y cualquier otro grupo de interés- disponen de una plataforma web, que funciona las 24 horas del día, que permite formular denuncias o consultas sobre temas de integridad, garantizando la confidencialidad del emisor, la investigación de cada caso y una apropiada solución. Los trabajadores también pueden 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.

La plataforma web de denuncias y consultas (disponible también para todos los otros públicos que se relacionan con la empresa) es operada de manera externa a Sodimac y de forma común para todas las filiales de Empresas Falabella, reforzando de esta manera la imparcialidad, objetividad y confidencialidad necesarias. En 2018, a través de este canal se recibieron 431 contactos (consultas o denuncias) relativas a situaciones ocurridas en Sodimac, de las cuales el 72% se registró de forma anónima y un 28% con reserva de la identidad. Los temas denunciados fueron acoso laboral, conflictos de interés y actitudes no éticas, entre otras. El 83% de los casos registrados en la plataforma fue analizado y cerrado, y el 17% se encuentra en investigación. En el año, hubo dos casos de denuncias de discriminación, que fueron investigados y cerrados con resultado inconcluso por falta de información solicitada para la investigación.

Nº Contactos	2016	2017	2018
Anónima	113	172	308
Reserva	78	39	123
Total	**191**	**211**	**431**

Fuente: *Sodimac.*

Gestión de Riesgos y Cumplimiento

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

Sistema de gestión de riesgos

Sodimac cuenta con 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.

La empresa tiene una matriz de riesgos que aborda los aspectos económicos, sociales, laborales, ambientales, éticos y de gobierno corporativo, basado en un levantamiento realizado en cada gerencia, los cuales fueron integrados a los riesgos financieros, comerciales, de procesos y seguros operativos.

La gestión de los riesgos tradicionales y no tradicionales depende de un modelo incorporado a la matriz de riesgo, que los divide en cuatro grandes áreas: riesgos operacionales, de cumplimiento, de seguridad física y tecnológicos (TI). Para cada una se establece un comité presidido por el gerente general de Sodimac Chile, coordinados, por la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad; la Gerencia de Administración, Finanzas y Prevención; y la Gerencia de Sistemas.

Durante 2018, los comités se reunieron con una periodicidad mensual, para identificar y evaluar los riesgos inherentes (se presentan si no existen controles para mitigarlos); identificar 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.

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

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

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

Comité de Riesgos	Procesos o Áreas de Riesgos
RIESGOS DE SEGURIDAD FÍSICA	Incendio
	Accidente de clientes
	Accidentes laborales / enfermedades profesionales
	Derrumbes
	Emergencias sociales
	Explosión / fugas
	Impacto ambiental

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 aquellos procesos más vulnerables, entregando un informe a la alta dirección con las conclusiones y recomendaciones para cada caso.

En 2018 se realizaron 753 auditorías presenciales y 1.264 remotas, sobre la base de un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas, filiales y oficinas centrales.

Sodimac también imparte entrenamiento especial a los trabajadores de áreas expuestas a mayor riesgo de casos de corrupción, impartiendo pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones. Durante el año estas capacitaciones de probidad alcanzaron al 23% de la dotación total de la empresa.

Nº Unidades Auditables	2016	2017	2018
Tiendas	81	81	81
Bodegas	29	33	36
Filiales (*)	3	3	3
Oficinas de Apoyo	153	161	151
Total	**266**	**279**	**271**

Filiales: *empresas en sociedad relacionada con Sodimac.*

Cursos de entrenamiento	Nº de empleados 2016	Nº de empleados 2017	Nº de empleados 2018
Prevención y pérdidas	1.159	1.217	1.249
Personal de seguridad externa (*)	713	616	699
Auditoría interna	17	17	16
Total	**1.889**	**1.850**	**1.964**

(*) Las empresas de seguridad externa deben cumplir con el curso OS-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 el modelo de auditoría continua, usando el sistema computacional "Panel de Control Remoto", orientado a detectar tempranamente cualquier desviación relativa a procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. El mecanismo funciona a nivel nacional y cuenta con la gestión de otras áreas de la compañía, 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	2016	2017	2018
Mermas conocidas (Robo detectado)	Inventarios generales	97	94	101
	Inventarios selectivos	45	-	-
	Inventarios diarios	25.914	24.852	23.086
	Panel de control	1.120	1.301	1.264
Fallas de procedimientos	Capacitación	1	4	21
	Amonestación	-	3	23
	Desvinculación	11	8	21
Abuso poder	Desvinculación	-	-	-
Apropiación indebida	Desvinculación	-	-	-
Comportamiento inadecuado	Desvinculación	1	1	-

Fuente: *Sodimac.*

Nuestros Trabajadores

Hitos

- Proceso de Negociación Colectiva con Sindicato Homecenter, involucrando a más de 7.000 trabajadores.
- Mejor resultado de clima laboral en la historia de la compañía (81 puntos).
- Sodimac se posicionó en el lugar 33 dentro de las 50 mejores empresas para trabajar en Chile según Great Place To Work.
- Implementación del programa de flexibilidad laboral.
- Desarrollo del perfil de líder Sodimac y se establecieron las bases de la Academia de Liderazgo.

Sodimac busca atraer, formar y retener al mejor capital humano, impulsando su desarrollo laboral y calidad de vida. La empresa se esfuerza por mantener relaciones laborales fluidas y transparentes con sus trabajadores, dentro de una estrategia corporativa de mejoramiento continuo de su público interno.

Temas Estratégicos

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Gestión del talento y desarrollo integral

Formación y Capacitación

(404-1)

Sodimac impulsa el crecimiento laboral de sus trabajadores con programas de capacitación y promoviendo su desarrollo integral según los proyectos de vida, intereses, conocimientos y competencias para asumir nuevos roles.

Escuela de Excelencia Sodimac

Un eje de este esfuerzo es la Escuela de Excelencia Sodimac, dependiente de la Gerencia de Personas, cuyo enfoque es la formación integral de profesionales en retail, diseñando mallas curriculares que permiten a cada trabajador identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Desde su creación en 1999, esta escuela corporativa ha impartido más de 6,5 millones de horas de capacitación, con cursos que cuentan con sus respectivos códigos Sence.

Entre sus programas destacan los de 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 estos 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 2018, se destinaron 511.617 horas a diversas instancias de formación, beneficiando a 19.571 trabajadores (12.429 hombres y 7.142 mujeres).

Horas de capacitación compañía

Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2016	18.313	586.641
2017	21.054	617.398
2018	19.571	511.617

Horas de capacitación Sence

Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2016	14.183	296.234
2017	12.504	323.168
2018	11.995	263.911

Fuente: *Sodimac.*

Horas de Capacitación por cargo	2016			2017			2018		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	22.204	5.297	16.907	12.860	2.868	9.992	12.152	2.990	9.162
Profesionales y técnicos	147.861	62.713	85.148	109.714	46.468	63.247	83.049	34.213	48.836
Otros colaboradores	416.576	147.607	268.969	494.824	163.327	331.496	416.416	125.091	291.324
Total	**586.641**	**215.617**	**371.024**	**617.398**	**212.663**	**404.735**	**511.617**	**162.294**	**349.322**

Fuente: *Sodimac.*

Capacitación por género y cargo	2016			2017			2018		
	N° Trabajadores	Horas mujeres	Horas hombres	N° Trabajadores	Horas mujeres	Horas hombres	N° Trabajadores	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	507	114	393	529	118	411	499	115	384
Profesionales y técnicos	3.677	1.571	2.106	3.668	1.604	2.064	3.376	1.515	1.861
Otros colaboradores	14.129	5.227	8.902	16.857	6.136	10.721	15.696	5.512	10.184
Total	**18.313**	**6.912**	**11.401**	**21.054**	**7.858**	**13.196**	**19.571**	**7.142**	**12.429**

Fuente: *Sodimac.*

Iniciativas destacadas

(404-2)

Diplomados

La Escuela de Excelencia ha desarrollado, en conjunto con Universidades e Institutos Técnicos Profesionales, tres tipos de diplomados que ayudan a profesionalizar a los trabajadores que se encuentran en el plan de sucesión para jefes, subgerentes y gerentes de tienda, y también para jefaturas de cadena de abastecimiento. En 2018 no se dictó el diplomado de Habilidades Directivas ni de Gestión Logística.

Becas

Como una manera de complementar la formación, la empresa también entregó 123 becas para estudios superiores, 22 de idiomas y 2 para programas de MBA.

Formación Especializada en Tiendas y Cadena de Abastecimiento

Programa	Participantes	Horas	Participantes	Horas	Participantes	Horas
Año	2016		2017		2018	
Diplomado en Habilidades Directivas y Gestión de Retail (Universidad Adolfo Ibáñez)	22	5.850	22	5.850	-	-
Diplomado en Gestión de Retail (DuocUC)	30	3.051	30	3.051	24	2.640
Diplomado en Gestión Logística (USACH)	25	2.214	25	2.214	-	-

Fuente: *Sodimac.*

Cursos de transformación digital

Considerando la necesidad de acercar a los trabajadores al uso y manejo de herramientas digitales, Sodimac continuó desarrollando un esfuerzo dirigido a nivelar y capacitar a su dotación en estas temáticas, así como a fomentar la usabilidad de todas las aplicaciones que la empresa ha implementado para facilitar la gestión interna y con el fin de brindar un mejor servicio a los clientes.

Como parte de este esfuerzo, en 2017 se lanzó la aplicación Capacitación Móvil, que es una efectiva herramienta para apoyar y complementar el entrenamiento formal, Esta nueva aplicación está pensada para que los colaboradores complementen los conocimientos adquiridos en capacitaciones presenciales y/o e-learning, a través de la auto instrucción, donde acceden a una serie de cápsulas de videos relativas a la asesoría de Venta de Proyectos y Herramientas Digitales, promoviendo una asesoría más completa a los clientes.

Durante 2018, se consolidó el uso de esta App. En este año, se contabilizaron 3.881 accesos a la plataforma, lo que corresponde a la participación de aproximadamente 1.803 usuarios, de los cuales 1.521 son trabajadores de tienda que consultaron los tutoriales disponibles a través de esta App.

Simulador de Grúas

En la misma línea de innovación, se implementaron simuladores de grúa, tanto en bodegas como en tiendas, los cuales permiten que los trabajadores puedan realizar más horas de entrenamiento práctico, disminuyendo así la probabilidad de accidentes. En el año 2018 se realizaron 441 horas de simulación, correspondientes a 147 trabajadores tanto de bodegas como de tiendas que cumplen con el rol de grueros.

Academia de Liderazgo Sodimac

Por otra parte, durante 2018 se avanzó en la definición del perfil del Líder Sodimac Chile, a través de una metodología que contó con la participación de trabajadores, jefaturas y gerentes de la empresa para consensuar el estilo de líder que requieren los desafíos actuales del negocio, sin perder la identidad corporativa. Se creó y se realizó el lanzamiento de la Academia de Liderazgo, espacio diseñado para proveer las herramientas de formación y entrenamiento necesarias a nuestros líderes para cumplir con estos objetivos.

Certificación Competencias Laborales

En 2018, se realizó la Certificación de Competencias Laborales a 398 trabajadores de Sodimac, quienes se desempeñan en los cargos de Vendedor, Cajero o Reponedor. De este grupo, 188 evaluados son de la Región Metropolitana, 84 de la Región de Valparaíso y 126 pertenecen a la Región del Biobío. Todas las personas que participaron del proceso fueron competentes en sus cargos, lo que les permite potenciar su desarrollo al interior de la compañía, motivando su crecimiento personal y laboral. Tal es la valoración a este espacio de reconocimiento, que en diciembre de 2018 se invitó a Sodimac a realizar esta certificación a 20 trabajadores venezolanos residentes en Santiago.

Planes de sucesión

Sodimac cuenta con un sistema de identificación, medición y ampliación de competencias laborales, orientado a potenciar el desarrollo de carrera de los trabajadores. El modelo ayuda a detectar perfiles internos con potencial, y considerarlos al momento de buscar candidatos para cargos clave.

Sodimac tiene un plan de sucesión en todos sus locales, con resultados utilizados para definir los ascensos en cargos de gerentes y subgerentes de tienda, y para la selección de los trabajadores que participan en diplomados especiales destinados a fortalecer habilidades directivas y de gestión del retail. Como parte de esto, en 2018 se produjeron cinco ascensos: 5 Jefes de Departamento a Subgerentes (4 hombres, 1 mujeres), no hubo ascensos de Subgerentes a Gerentes de Tienda.

Adicionalmente se diseñó e implementó el Plan Semillero que busca cubrir las vacantes de Jefes de Departamento de Ventas en Tiendas con trabajadores que actualmente no ocupan una posición de liderazgo. Este programa busca acompañar a los trabajadores en su proceso de desarrollo, donde van pasando por diferentes etapas de evaluación, formación y práctica, para que cuando ocupen el cargo de Jefe Departamento de Ventas lo puedan hacer con las habilidades desarrolladas durante todo este periodo de formación, facilitando su adaptación al cargo. La convocatoria y recepción de los trabajadores fue muy exitosa, recibiendo más de mil postulaciones y contando actualmente con 44 jefaturas en formación.

Concursos internos

La compañía privilegia los concursos internos para ocupar cargos que se abren al generarse una vacante, brindando la oportunidad de que empleados de la empresa puedan ascender dentro de la organización.

Este procedimiento ha demostrado su efectividad, dado que el 90% de los ascensos producidos en las tiendas se efectúa por esta vía y planes de sucesión. Durante 2018, hubo 686 concursos internos a nivel nacional, con 1.814 postulantes. De un total de 247 ganadores internos, 116 corresponden a mujeres y 131 a hombres. En los concursos externos, de un total de 27 ganadores, 12 son mujeres y 15 son hombres.

Año	Concursos internos
2016	665
2017	936
2018	686

Fuente: *Sodimac.*

Evaluaciones de desempeño

(404-3)

La Evaluación de Desempeño es un proceso formal llevado a cabo una vez al año, en el que participan todas las personas que hayan trabajado en Sodimac durante al menos tres meses. En 2018, dado este requisito, se evaluó al 99,82% de los trabajadores, equivalente a 14.705 personas (60% hombres y 40% mujeres).

La empresa también aplica procesos de Evaluación 360, dirigidos a la plana ejecutiva, el que abarcó a 219 ejecutivos de Sodimac durante 2018.

Dada la relevancia que se da a la evaluación de desempeño, en 2018 se contemplaron 7.326 horas de capacitación a jefaturas, que son fundamentales para el buen desarrollo del proceso.

Evaluación de desempeño

Año	Trabajadores capacitados	Horas de capacitación	Trabajadores evaluados
2016	449	3.548	15.014
2017	848	6.560	14.199
2018	955	7.326	14.705

Fuente: *Sodimac.*

Privilegiando colaboradores locales

(202-2)

Sodimac privilegia la selección de futuros empleados entre personas que residan en zonas aledañas, reclutando bajo este criterio su dotación. Así contribuye a la calidad de vida de los trabajadores y al desarrollo de las comunidades ubicadas en torno a sus tiendas. Sin embargo, para cargos gerenciales se recurre principalmente a promociones y concursos internos, debido al tipo de funciones y la experiencia exigida.

En este contexto, la empresa busca también establecer una estrecha relación con las comunidades y sus municipios. Asimismo, mantiene alianzas con universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica, y con organizaciones sociales que otorgan formación gratuita a jóvenes de escasos recursos para que adquieran conocimientos y experiencias que ayuden a su inserción laboral. Con esto, la compañía busca aportar a la comunidad que rodea las tiendas, entregando oportunidades laborales y de desarrollo dentro de los equipos de trabajo, generando así un impacto positivo en las comunidades con cada apertura de tienda.

Nuevas Contrataciones

Año	2016		2017		2018	
Tipo de Cargo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	17	5	19	1	20	8
Profesionales y técnicos	87	80	184	122	262	184
Otros colaboradores	2.277	782	4.187	1.723	3.490	1.391
Total	**2.381**	**867**	**4.390**	**1.846**	**3.772**	**1.583**
Total	**3.248**		**6.236**		**5.355**	

Fuente: *Sodimac.*

Compensaciones

(202-1)

Con el fin de fomentar la formación de profesionales del retail, 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, favoreciendo la empleabilidad de los más jóvenes. Se entiende por trabajador con ingreso de entrada a 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.

Año	Salario Mínimo País ($)	Salario Inicial Sodimac ($)	Relación Sodimac V/S País
2016	257.500	385.177	1,50
2017	271.620	405.697	1,49
2018	288.000	430.800	1,50

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

Equidad de género

(405-2)

Sodimac ha diseñado un modelo de gestión para avanzar en políticas de equidad de género en el trabajo, ejecutando iniciativas que van desde el reclutamiento y selección de personal, a medidas destinadas a conciliar la vida laboral, familiar y personal.

La empresa adhiere a la iniciativa "Paridad de Género Chile", impulsada por el World Economic Forum, el Banco Interamericano de Desarrollo y Comunidad Mujer, que es una plataforma público-privada que se enfoca en integrar a más mujeres en la economía y en la implementación de mejores prácticas para ayudar a cerrar las brechas de género en oportunidades y empoderamiento económico en el país. Más información en www.iniciativaparidadgenero.cl

En 2018, 123 mujeres desempeñaban puestos ejecutivos en la organización, un 24% del total de este tipo de cargos. La remuneración de la dotación femenina no presenta disparidad o alteración sustancial respecto de sus pares hombres en las diversas funciones.

Brecha Salarial por Género

Cargo, Responsabilidad o función	Proporción del sueldo bruto promedio de ejecutivas y trabajadoras respecto de ejecutivos y trabajadores
Gerentes y ejecutivos principales	89%
Profesionales y técnicos	98%
Trabajadores	102%

Fuente: *Sodimac.*

Nuevo modelo de inclusión y diversidad

En 2018, Sodimac puso en marcha el Programa de Inclusión para PeSD (Personas en Situación de Discapacidad), al cierre del año trabajaban 192 personas con discapacidad.

Este se desarrolla en alianza con distintas instituciones especialistas en esta materia (Teletón, Instituto de Rehabilitación PAC, Omil, Oficinas de Discapacidad y Senadis de diversas regiones, entre otras).

El programa considera un proceso de selección inclusiva; evaluación psicolaboral y evaluación de desempeño adaptadas al tipo de discapacidad; educación sobre diversidad a los equipos de trabajo directo y jefaturas; un seguimiento de la adaptación al cargo de las personas que participan en el programa y ajustes en el proceso de capacitación, según la discapacidad.

En el año, y como parte de la adaptación de la empresa a las disposiciones que incluye la nueva Ley 20.015, que incentiva la Inclusión de Personas con Discapacidad al Mundo Laboral, el Departamento de Calidad de Vida de Sodimac creó el rol de Coordinador de Inclusión y Diversidad.

En cuanto a interculturalidad, Sodimac cuenta hoy con un total de 909 trabajadores migrantes, contando con trabajadores de 21 nacionalidades diferentes. Para el adecuado relacionamiento con este grupo de trabajadores se realizó el Manual de Contratación de Personas Migrantes y se dictaron talleres de capacitación sobre este tema, incluyendo comunicación intercultural.

Cabe destacar, asimismo, que la empresa estableció una alianza con el Servicio Jesuita a Migrantes para ayudar a la integración laboral de inmigrantes que tengan un perfil que se adecúe a las exigencias de Sodimac y posean su documentación de extranjería en regla.

Cultura, clima laboral y calidad de vida

Anualmente y bajo el modelo de Great Place to Work, Sodimac realiza mediciones para hacer seguimiento a la evolución de los indicadores de clima laboral en todos sus formatos y así implementar acciones de mejora.

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 por debajo de la estándar compañía desarrollamos e implementamos un proceso de consultoría y acompañamiento que incluye espacios de conversación uno a uno con la gerencia y jefaturas del equipo, así como sesiones dinámicas de focus groups con los trabajadores para entender los resultados desde distintas percepciones.

GPTW: resultados históricos

En 2018, la medición llevada a cabo por GPTW posicionó a Sodimac dentro de las 50 mejores empresas para trabajar en Chile, ubicándose en el lugar 33 del ranking. En el año, un total de 15.902 trabajadores de la empresa respondieron la encuesta voluntaria, cifra que equivale a más de 85% de toda la dotación de Sodimac Chile durante el período.

Además, se alcanzó el mejor resultado de clima laboral en la historia de la compañía. En esta medición se registró un Índice de Satisfacción (Trust Index) de 81 puntos.

Tasa de respuesta del GPTW (Nº de trabajadores)

2016		2017		2018	
13.927		13.915		15.902	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
5.382	8.334	5.248	8.253	5.905	9.540

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
2016	463	1.515	655	11.119
2017	480	1.492	755	11.009
2018	508	1.639	868	12.887

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	2016	2017	2018
Trust Index	77%	77%	81%
GESTALT	80%	81%	86%

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.*

Calidad de Vida

(401-2)

Sodimac desarrolla programas y acciones para mejorar el bienestar de trabajadores y sus familias, aportando a aportar a la satisfacción laboral y a la conciliación entre vida personal y laboral. Para ello, se ofrecen más de 70 beneficios relacionados con familia, vivienda, educación, salud, seguros, ayudas especiales, bonos, asignaciones y reconocimientos.

Principales Beneficios (M$)	2016	2017	2018
Bono de vacaciones	4.426.828	4.592.905	4.747.299
Antigüedad y permanencia	813.337	865.067	957.172
Bono de asistencia	2.945.574	3.267.621	3.775.295
Aguinaldos	1.781.432	1.728.921	1.910.306
Sala cuna	1.212.150	1.111.276	972.138
Beneficios por traslados	2.859.138	2.984.352	3.187.954
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	1.316.309	1.393.242	1.575.790
Eventos corporativos	1.913.908	2.364.257	2.579.293
Casino y colación	11.322.410	11.742.090	13.233.166

Fuente: *Sodimac.*

Principales programas

Orientación y apoyo social

En Sodimac trabajan 59 asistentes sociales, quienes se desempeñan en todas las tiendas, bodegas, centros de distribución y oficinas de la empresa en Chile para, de forma personalizada y confidencial, atender problemas que puedan estar afectando a trabajadores y sus familias.

Además de préstamos para enfrentar hospitalizaciones u otros problemas de salud mayores, en 2018 se entregaron 196 ayudas económicas a trabajadores afectados por alguna situación social de emergencia por más de $53 millones.

Adicionalmente, se realiza un trabajo sistemático de apoyo y contención a aquellos trabajadores que presentan problemas con el alcohol y otras drogas, brindando asesoría, derivación y seguimiento, junto a ayudas económicas para tratamientos de rehabilitación, en algunos casos. En 2018 esta iniciativa benefició a 9 trabajadores.

Programa de Vivienda

En temáticas de vivienda se busca entregar herramientas que faciliten y apoyen los esfuerzos de los trabajadores para materializar su sueño de una casa propia. En 2018 esto llevó a diferentes acciones para informar tanto sobre beneficios estatales para obtener una vivienda como aquellos que entrega Sodimac. Además de la asesoría y orientación en la postulación a subsidios del Estado, Sodimac ofrece préstamos para facilitar este proceso, los cuales en 2018 beneficiaron a 46 trabajadores, por más de $21 millones.

Durante 2018 se dio continuidad al programa “Nuestra Casa Contigo”, a través del cual se otorgó apoyo para mejorar las viviendas de los trabajadores más vulnerables. Este programa nace de la mano del programa “Construyendo Sueños de Hogar”, la empresa aporta los recursos económicos y los trabajadores inscritos en el voluntariado corporativo realizan estas intervenciones. Durante 2018, se benefició a 119 trabajadores que cumplieron con los requisitos de postulación, donde se realizaron 216 proyectos en sus hogares.

Programa de Salud

Con la orientación que entregan los asistentes sociales de la empresa a lo largo del país, el programa de Salud fomenta y resguarda la salud física de los trabajadores, brindando asesoría para una correcta utilización de planes de salud y beneficios asociados. En 2018 esto se tradujo en diversos operativos de salud (mamografías, oftalmológicos, dentales y preventivos, entre otros) en el lugar de trabajo, beneficiando a 8.360 trabajadores. También se otorgaron 419 préstamos de salud para cubrir prestaciones de alto costo, principalmente hospitalizaciones de los trabajadores o sus cargas.

Sodimac, además, mantiene un convenio complementario de salud con Sermecoop, que en 2018 implicó la realización de 396.279 prestaciones reembolsadas, con un beneficio total entregado de $3.586.864 millones.

Programa de Calidad de Vida

El programa Calidad de Vida se orienta a generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores a través de la prevención y la asistencia. Entre las principales acciones realizadas en este ámbito en 2018, destacaron una serie de actividades tendientes a fomentar el autocuidado, manejo del estrés, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas, alimentación saludable, entre otras. Estas se realizaron en todas las instalaciones de la empresa, con la participación de 12.937 personas a nivel nacional.

En este mismo marco, los trabajadores disponen de salas de descanso en todas las tiendas y en la oficina de apoyo existe un gimnasio, mientras que el principal centro de distribución dispone de una piscina y otras instalaciones deportivas.

Programa de Deporte

Dada la importancia de la salud física y mental, y con el fin de promover una sana convivencia laboral y fortalecer el clima interno, la empresa impulsa el programa de Deporte, bajo el cual durante 2018 un total de 14.619 trabajadores participaron en actividades deportivas, entre ellas, campeonatos regionales, programas de pausa saludable, acondicionamiento físico, encuentros de fútbol, tenis de mesa, clases de pilates, yoga, zumba, baile entretenido y corridas.

El programa también ofrece apoyo económico a trabajadores que sean deportistas destacados, lo que benefició a dos trabajadores en 2018.

Participantes en actividades deportivas

2016	8.304
2017	12.224
2018	14.619

Fuente: *Sodimac.*

Programa de Cultura

Sodimac ofrece una agenda cultural anual como una forma de aportar al desarrollo integral de los trabajadores y sus familias. Ésta incluye conciertos, exposiciones y talleres de artes visuales, obras de teatro, danza, salidas culturales, bailes de salón, concursos de pintura y fotografías. Con este fin, la empresa mantiene alianzas con entidades gubernamentales y privadas, de modo de poder ofrecer diferentes tipos de disciplinas artísticas a los trabajadores de todo el país. En 2018, 9.033 trabajadores y sus familias participaron en diversas actividades culturales en Santiago y regiones.

Participantes en actividades culturales

2016	5.317
2017	7.496
2018	9.033

Fuente: *Sodimac.*

Programa de Flexibilidad Laboral: +Tiempo para ti

Bajo el lema "+ Tiempo para Ti", la compañía puso en marcha en 2018 el Programa de Flexibilidad Laboral, apuntando a brindar mayores espacios para compatibilizar la vida personal con la laboral.

Considera tres grandes tres pilares:

- **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 a trabajar 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 dos modalidades: dos bloques de cinco días hábiles, o hasta tres meses.

Durante el año, 621 trabajadores se acogieron a alguna de estas modalidades, pudiendo incluso combinar más de una.

Biblioteca Sodimac

La empresa pone a disposición de sus trabajadores la Biblioteca Sodimac, 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 colaboradores de Arica a Punta Arenas pueden solicitarlos a través de los respectivos jefes de recursos humanos. Durante el año 2018, 1.889 trabajadores solicitaron libros en todo el país.

Prevención y Seguridad

Durante el 2018, Sodimac reafirmó la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas mediante la actualización de su Política en Seguridad y Salud Ocupacional, estableciendo como principios fundamentales el fortalecimiento permanente de una cultura preventiva y el mejoramiento constante de los estándares de seguridad.

Por otro lado, es importante señalar que la prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales en Sodimac se sustenta a través del 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, se les capacita con un enfoque en la investigación y gestión de accidentes. Igualmente, se realiza en cada instalación un reconocimiento mensual al trabajador que se destaque en prevención de riesgos, con el propósito de potenciar el rol de la prevención en la operación diaria de tiendas y bodegas. Adicionalmente, durante el 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.

De la misma forma se desarrollan planes de trabajo transversales y también personalizados para las instalaciones, en base a la casuística de accidentes, lo que permite enfocar los recursos de una manera más eficiente, logrando así resolver los hallazgos que se puedan detectar por medio de un proceso de mejora continua.

Adicionalmente, en el año 2018 se implementó un software que es utilizado por todas las instalaciones de la empresa para apoyar en la gestión de hallazgos y en la investigación de accidentes, generando trazabilidad y permitiendo un mejor monitoreo.

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, con el objetivo de avanzar en las metas contempladas en esta materia.

Destaca el Programa de Mejora Continua en seguridad (PMC), una iniciativa de acompañamiento para las tiendas y centros logísticos con mayor desviación en sus indicadores, y que durante el año 2018 aportó para la reducción de un 3,02% del número de accidentes en la compañía en comparación con el año anterior. Se suma el Proceso de Prevención de Accidentes a través del Comportamiento (BAPP), proyecto desarrollado en 12 instalaciones que consiste en identificar y modificar patrones de comportamiento que influyan negativamente en la exposición al riesgo en dichos espacios. Es así como en las instalaciones donde se ha aplicado este programa se ha logrado promover y generar una cultura preventiva mucho más profunda, reduciendo en un 20% los accidentes durante el año 2018 respecto del 2017.

Educación y fomento de la seguridad

En 2018, se dictaron 13 cursos para minimizar las condiciones y conductas de riesgo de los trabajadores y potenciar el autocuidado, sumando 21.015 horas de capacitación y 6.227 participantes.

	2016				2017				2018			
Organismo	Cursos	Total Dictaciones	Trabajadores Capacitados	Total Horas	Cursos	Total Dictaciones	Trabajadores Capacitados	Total Horas	Cursos	Total Dictaciones	Trabajadores Capacitados	Total Horas
ACHS	12	494	4,887	18,282	11	241	3,309	8,848	11	516	5,741	14,188
SODIMAC	11	231	2,536	11,466	10	284	2,035	14,264	2	58	486	6,827
Totales	**23**	**725**	**7,423**	**29,748**	**21**	**525**	**5,344**	**23,112**	**13**	**574**	**6,227**	**21,015**

Fuente: *Sodimac.*

Tasa de siniestralidad y accidentabilidad

(403-2)

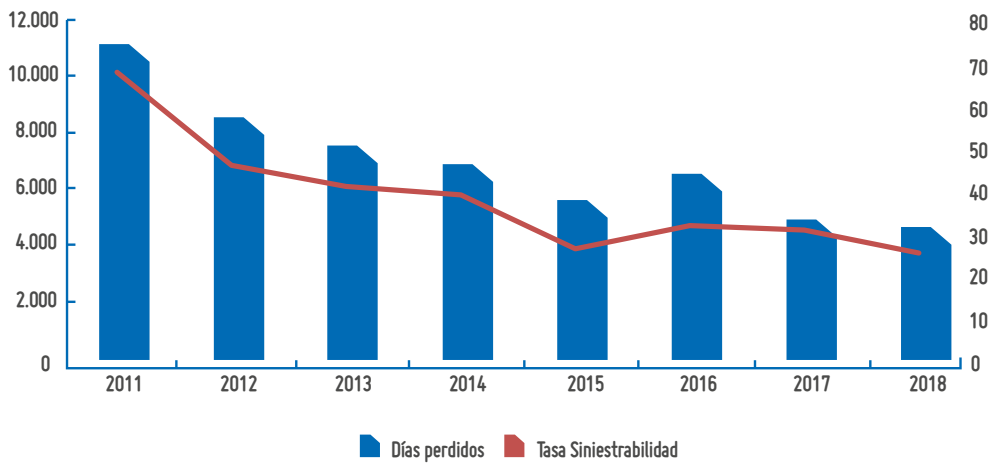
Como resultado de numerosas iniciativas, se han ido mejorando de manera sostenida los indicadores, es así que en 2018 se alcanzó la más baja Tasa de Siniestralidad de la historia de la empresa y del rubro, lo que ha implicado mantenernos en niveles donde la Tasa de Cotización Adicional Diferenciada es de 0,00%.

Esta Tasa se utiliza para calcular el valor de la cotización adicional que cada empresa debe aportar a su organismo administrador mensualmente y es creciente a medida que la Tasa de Siniestralidad aumenta. Así, Sodimac alcanzó el valor más bajo permitido para las empresas, lo que a su vez le valió el reconocimiento de la Asociación Chilena de Seguridad en 2017.

Es importante destacar que el compromiso de Sodimac con el cuidado de las personas ha logrado reducir la cantidad de accidentes en un 70% y prácticamente en un 60% los días perdidos (ausentismo debido a licencias médicas) durante los últimos 7 años. De este modo en 2018 se logró tener 743 accidentes menos que en el año 2011, y reducir en más de 6.400 los días perdidos.

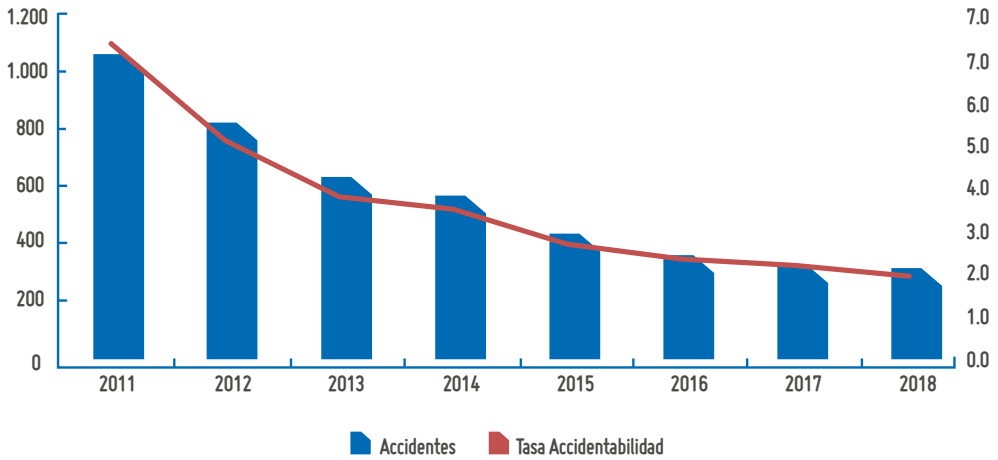
Estos buenos resultados alientan e incentivan a Sodimac a continuar por la senda trazada, donde el cuidado por las personas representa un pilar fundamental en la empresa y consecuentemente se promueve de manera permanente una cultura preventiva.

Días Perdidos y Tasa de Siniestralidad



Fórmula de cálculo: *Nº de días perdidos / Promedio de trabajadores x 100.*
Fuente: *ACHS*

Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fórmula de cálculo: *Nº de accidentes / Promedio de trabajadores x 100.*
Fuente: *ACHS*

	2016				2017				2018			
Zona o Región	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	799	47	4	0	672	37	1	0	594	36	0	0
Zona Centro	402	36	2	0	288	36	0	0	298	35	1	0
Zona Sur	1163	74	1	0	804	82	2	0	851	90	1	0
Región Metropolitana	4.230	204	4	0	3.215	171	1	0	2.964	155	2	0
Hombre	**4.417**	**258**	**5**	**0**	**3.529**	**250**	**2**	**0**	**3.161**	**214**	**3**	**0**
Mujeres	**2.177**	**103**	**6**	**0**	**1.450**	**76**	**2**	**0**	**1.546**	**102**	**1**	**0**
Total	**6.594**	**361**	**11**	**0**	**4.979**	**326**	**4**	**0**	**4.707**	**316**	**4**	**0**

Fuente: *Sodimac.*

Relación con sindicatos

(102-41; 407-1)

Sodimac busca mantener una fluida relación con las distintas organizaciones sindicales de la empresa, sobre la base del diálogo, mutua colaboración y confianza, visión que se sustenta en los siguientes pilares:

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

Sodimac tiene una tasa de sindicalización del 78%, cifra que supera el promedio país. Al cierre de 2018, operaban cinco sindicatos empresa, cinco sindicatos interempresa y un sindicato de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, los que en conjunto representaban a 13.978 trabajadores afiliados.

Trabajadores sindicalizados

Año	Nº trabajadores	Porcentaje
2016	13.517	78%
2017	13.153	72%
2018	13.978	78%

Fuente: *Sodimac.*

Diálogo permanente

Entre marzo y diciembre, la empresa se reúne mensual o bimensualmente con sus sindicatos de empresa Sodimac, Homecenter, Sintrabos, Nocesur y Autónomo. A estas reuniones asisten ejecutivos y la directiva sindical, donde se plantean diversos temas desde los sindicatos y otros que la organización comunica para mantenerlos informados sobre cambios relevantes.

Los sindicatos de tiendas (interempresas) establecen reuniones con los gerentes de tienda 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.

Programa de Líderes Sindicales

Elaborado en conjunto con los sindicatos con el fin de potenciar las habilidades de liderazgo de los dirigentes de estas organizaciones, busca desarrollar competencias que fortalezcan las relaciones laborales y el desarrollo de los procesos de negociación colectiva.

El programa contempla cinco módulos, que suman 24 horas de formación. Estos son: Reforma laboral, Gestión Administrativa Sindical, Trabajando con Personas (técnicas y estrategias para un liderazgo transformacional), Gestión Comunicacional y Persuasión.

En 2018, el programa cumplió una década de existencia y durante este año participaron en los talleres 27 delegados del Sindicato Homecenter.

Adicionalmente, se acordó un programa de formación distinto con los sindicatos Nocesur y Valdivia, en que ellos eligen los temas que quieren tratar en cada capacitación. En 2018 se realizó una jornada de capacitación para el sindicato de Valdivia, en la que participaron 20 dirigentes y delegados.

Además, cinco dirigentes de los sindicatos Sodimac, Nocesur y Autónomo participaron este año del Diplomado de Liderazgo Laboral que dicta la Pontificia Universidad Católica (PUC) en conjunto con la Fundación Carlos Vial Espantoso.

En total, en el marco de todos estos programas, durante 2018 se capacitaron 52 dirigentes y delegados.

Judicialización de causas laborales

En 2018, se recibieron 168 denuncias de tipo laboral, canalizadas por las instancias legales de la empresa, con 150 causas resueltas y 18 abiertas y en etapa de investigación.

Causas Laborales

Año	Nº Denuncias
2016	83
2017	426
2018	168

Fuente: *Sodimac.*

Subcontratación en Sodimac

Sodimac posee una Unidad de Subcontratación que se preocupa de diseñar e implementar políticas que garanticen el cumplimiento de las obligaciones laborales y velar por un mejoramiento de las condiciones de trabajo de los empleados externos. Además, efectúa capacitaciones en todas las tiendas sobre la legislación laboral vigente, con un enfoque específico en subcontratación. Siguiendo la misma línea, se realizó una capacitación para las empresas de seguridad sobre DD.HH.

La finalidad es promover la capacidad de autorregulación, buscando una relación equilibrada entre empleadores y trabajadores subcontratados, previniendo demandas y multas por contravención a la normativa laboral.

Los juicios y demandas interpuestos por trabajadores externos durante 2018 sumaron un total de 126 causas, tramitadas por la Unidad de Subcontratación, de las cuales 93 concluyeron en el período y el resto se encuentra en trámite.

Actualmente, la empresa también cuenta con un sistema de control de acceso, el cual se encuentra operativo en todas las instalaciones (tiendas, bodegas y Centros de Distribución).

Dicho sistema permite validar si los trabajadores se encuentran habilitados para ingresar a estas instalaciones para prestar sus servicios (personal externo, esporádicos y ruteros), todo en relación a la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados.

	2016	2017	2018
Empresas externas (*)	93	105	118
Nº de trabajadores (**)	4.374	4.799	5.258
Nº de fiscalizaciones	0	0	0
Nº de multas	0	0	0

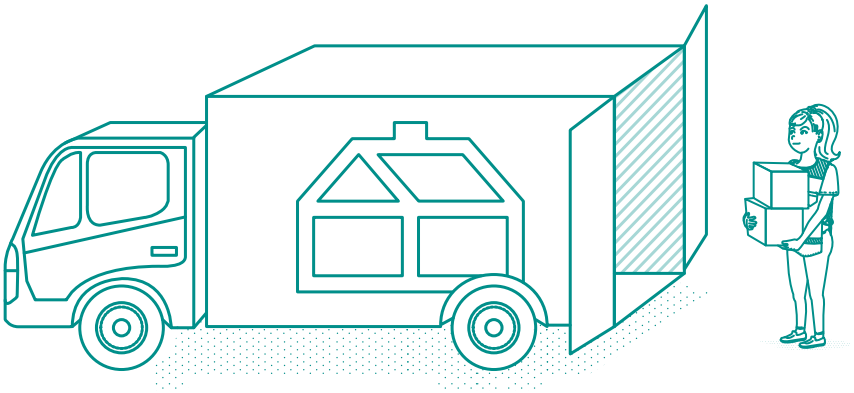
***(*)** Este número comprende sólo a las empresas de control centralizado. Los contratistas de operación aislada son controlados por cada tienda.*
***(**)** En 2018 la dotación estuvo compuesta por un promedio de 5.258 trabajadores subcontratados, de los cuales 3.232 eran hombres y 2.026 mujeres.*
***Fuente:** Sodimac.*

Nuestros Proveedores

Hitos

- Encuentro Anual de Proveedores al que asistieron más de 600 proveedores.
- 89 proveedores internacionales y nacionales inscritos en Sedex y evaluados con protocolo SMETA.
- 544 proveedores internacionales han firmado la declaración de calidad y sostenibilidad.

Los proveedores son aliados estratégicos de Sodimac, lo que implica construir relaciones de largo plazo mutuamente beneficiosas y un trabajo conjunto basado en reglas transparentes y en la aplicación de 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

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Gestión sostenible de la cadena de suministro

(102-9; 204-1)

Sodimac posee una base amplia y estable de proveedores y articula con ellos relaciones que favorecen una coordinación eficiente, con complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes.

La cadena de valor cuenta con cerca de 3.400 empresas de todo tamaño. En el marco de la política de abastecimiento responsable, cada año Sodimac Chile selecciona los mejores productos en el país y en muchos otros mercados, con el respaldo de fabricantes de confianza, los que son sometidos a estrictos controles de calidad.

Más del 80% de las compras realizadas por la empresa en Chile son suministradas por compañías locales. La mercadería importada, en tanto, sumó US$ 547 millones en 2018, y provino de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa, entre otras regiones.

Participación en compra proveedores

Origen	2016	2017	2018
Importado	21%	24%	25%
Nacional	79%	76%	75%

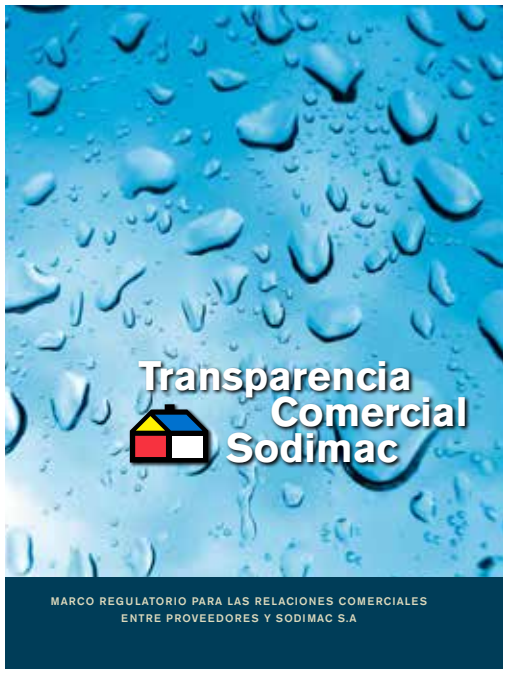
Fuente: *Sodimac.*

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

Encuentro Anual de Proveedores

En 2018, Sodimac organizó una nueva versión del Encuentro Anual de Proveedores, al que asistieron más de 600 proveedores.

En la actividad se abordaron los desafíos conjuntos en materia de sostenibilidad y ante los cambios por la transformación digital. Se plantearon tres grandes objetivos que solo se lograrán con un esfuerzo conjunto: duplicar en 2019 la oferta de productos eco-sostenibles; que el 100% de los envases y embalajes sean reciclados o reciclables al 2020; y que todos los proveedores de Sodimac estén en la plataforma de autoevaluación (SEDEX) al 2021.



Transparencia Comercial Sodimac

(102-17)

Sodimac se rige por un marco normativo formal de autorregulación con sus proveedores denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), política que permite operar conjuntamente sobre reglas claras.

TCS

EQUIDAD

Busca un trato justo para todos los involucrados, basado en:
- El mérito de las condiciones comerciales.
- La trayectoria de cumplimiento en el tiempo.

CREDIBILIDAD

Fundado en la ética, la transparencia y la confianza.
- Busca privilegiar los compromisos de ambas partes.
- Se basa en integridad ética.
- Impecabilidad en el cumplimiento de los compromisos.

RESPETO

Busca el reconocimiento de la dignidad de las personas y las empresas, tanto en el ámbito normativo y general, como en el ámbito práctico y cotidiano.

La política de TCS 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 el de su compromiso con los derechos humanos, Sodimac resguarda que no exista trabajo infantil en su cadena de aprovisionamiento. En 2018 no se registraron denuncias o prácticas de esta naturaleza entre los proveedores fiscalizados.

La empresa también intenta contribuir de diversas maneras al adecuado desarrollo comercial de su cadena de abastecimiento, destacando el pago de sus obligaciones con los proveedores en un plazo no superior a 30 días, especialmente con las empresas de tamaño mediano y pequeño, brindando mayor estabilidad y confianza a sus relaciones comerciales.

A través de los canales de atención y reclamos establecidos por la compañía, en 2018 se registraron 6 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.

Cabe señalar que la responsabilidad de velar por el cumplimiento de estos principios recae en la Gerencia de Contraloría de Sodimac.

Evaluando a nuestros proveedores

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

En 2018 Sodimac continuó colaborando con Sedex (Supplier Ethical Data Exchange), organización de alcance mundial, sin fines de lucro, enfocada en impulsar mejoras en las prácticas empresariales en temas relativos a compliance y responsabilidad social. Con su asesoría, Sodimac desarrolla un programa de abastecimiento responsable, difundiendo entre sus proveedores contenidos relacionados con el cumplimiento de estándares laborales, medioambientales y éticos.

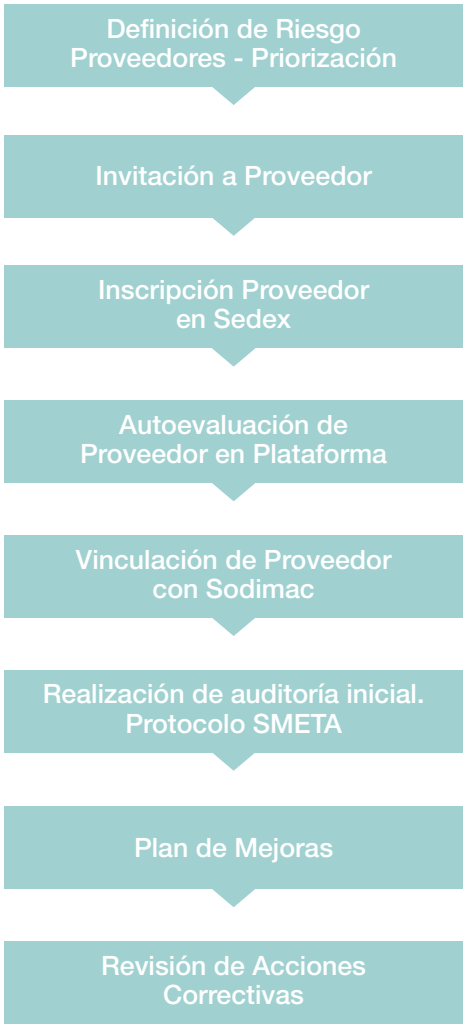
A lo largo del año la empresa solicitó a algunos de sus proveedores sumarse a esta iniciativa, logrando la inscripción de 89 compañías internacionales y nacionales a nivel corporativo, completando un total de 113 proveedores vigentes en la plataforma.

En Chile, el trabajo con la cadena de valor se realizó mediante la evaluación de 81 proveedores nacionales e internacionales, auditando a 8 nuevos proveedores para supervisar el cumplimiento que Sodimac exige en los estándares relativos a salud y seguridad de trabajadores, normas laborales, respeto de los derechos humanos y el medioambiente; y por otra parte, se realizó el seguimiento a 15 proveedores de años anteriores para que resuelvan las no conformidades encontradas en las auditorías.

La plataforma Sedex también permite a los proveedores autoevaluarse en temas laborales, éticos, medioambientales, y de salud y seguridad, así como aplicar mejores prácticas en sus procesos y administrar información relevante (certificaciones y/o auditorías) para compartirla con sus clientes que sean usuarios de la plataforma.

Flujo del Proceso

El Programa de Evaluación de Proveedores de Sodimac se inicia con el análisis de la cadena de abastecimiento tomando criterios de compras, ventas, participación corporativa, riesgo social y medioambiental asociado al tipo de producto que éstos ofrecen, estableciendo una priorización de proveedores estratégicos para integrarlos al programa de evaluaciones. A partir de su integración al programa, se autoevalúan y realizan una auditoría en temas laborales, sociales, éticos y medioambientales, con el objetivo de que conozcan e implementen mejores prácticas en estos ámbitos.



En 2018, las auditorías mostraron avances en temas de seguridad laboral y definición de códigos éticos en las empresas.

Total de Proveedores Evaluados SEDEX

Origen	2016	2017	2018
Nacional	18	42	47
Importado	67	79	42
Total	**85**	**121**	**89**

Proveedores Importados Evaluados SEDEX

País	2016	2017	2018
China	62	75	42
Hong Kong	2	1	-
Taiwán	3	3	-
Total	**67**	**79**	**42**

Fuente: *Sodimac.*

Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

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

Sodimac también solicita a sus proveedores firmar una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- que aborda 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.

Un total de 544 proveedores extranjeros (68% del total no chileno) suscribió en 2018 este compromiso.

Durante el período se llevaron a cabo en Chile 12 evaluaciones a instalaciones de proveedores de Sodimac, de las cuales 6 fueron empresas recién integradas a la cadena de suministro de marcas propias, supervisándose la calidad de sus productos y la aplicación del cuestionario de sostenibilidad.

A lo largo del ejercicio se realizaron evaluaciones a fábricas de proveedores de Asia en temas de calidad.

Cuestionario para Proveedores (*)	2016	2017	2018
Total de proveedores extranjeros	**844**	**1.111**	**805**
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	747	703	544

Nota*: *Se consideran proveedores activos durante los años.*
Fuente: *Sodimac.*

SSIndex 2018
STAKEHOLDERS SUSTAINABLE INDEX

Encuesta ESG Compass

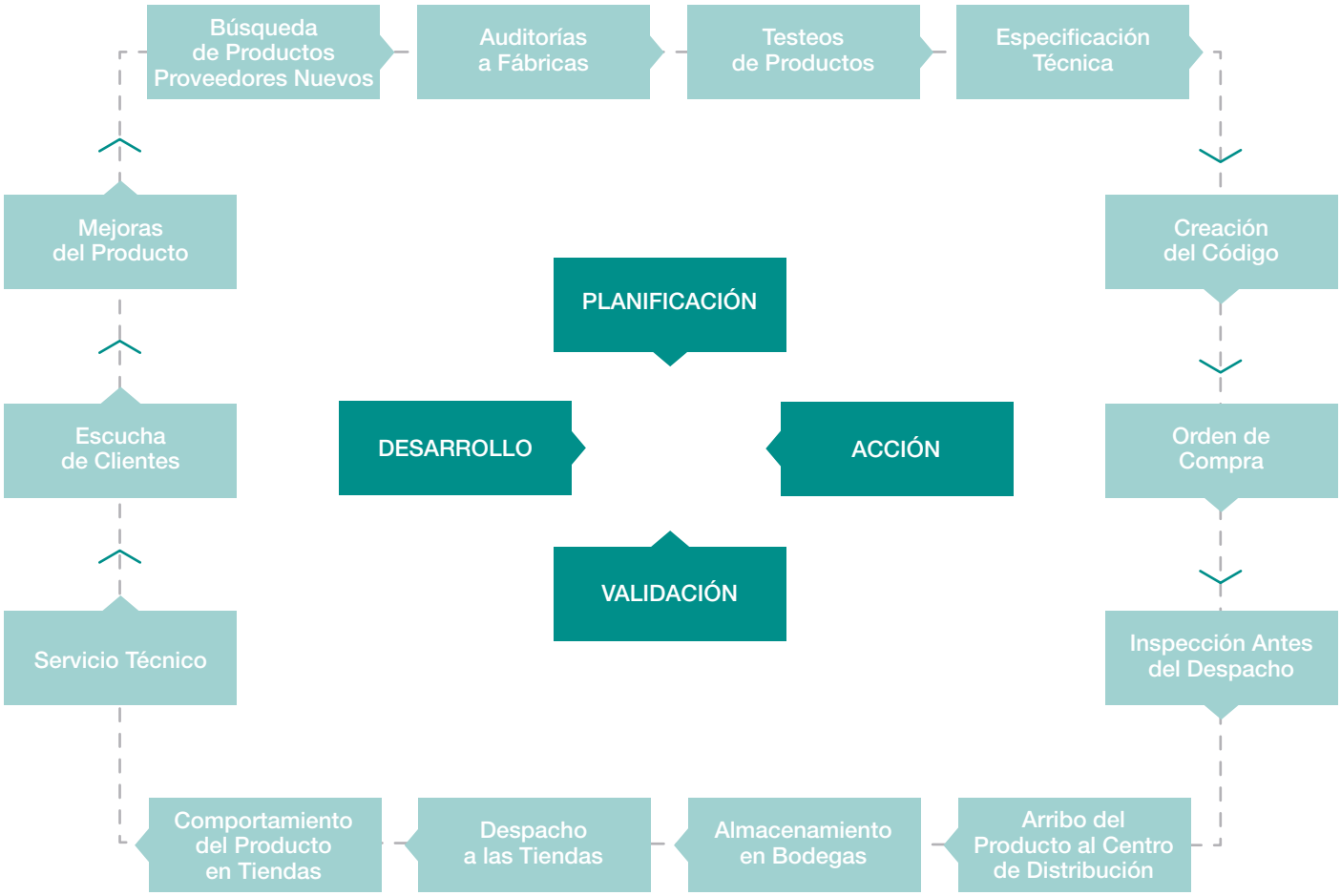
Sodimac trabaja con ESG Compass para utilizar la herramienta de gestión SSIndex (Stakeholders Sustainable Index o Índice Sostenible de los Grupos de Interés), una encuesta que complementa los esfuerzos de la compañía en gestión de riesgos y monitoreo sostenible en sus interacciones con proveedores. En 2018, se realizó la segunda medición, en la que participaron 188 proveedores.

Calidad y seguridad de los productos

(416-1)

Sodimac realiza una gestión de control de calidad de productos desde su incorporación hasta la post venta. La empresa busca cumplir con estándares nacionales e internacionales definidos para proveedores y productos, trabajando con empresas de servicios y entidades especializadas en evaluación, certificación y regulación, para asegurar el cumplimiento de los plazos y procedimientos establecidos por la compañía y así velar por la seguridad y confianza de los clientes, y asegurar el inventario en bodegas y tiendas.

Calidad y Seguridad de los Productos



Recall de Parrillas a Gas

En el contexto del compromiso de Sodimac con la seguridad de sus clientes, en 2018 se realizó una revisión preventiva y se dejaron de comercializar los modelos de parrillas a gas Mr Beef 2283-01-SB y A35B44-SB, de los que se vendieron aproximadamente 3.500 unidades entre agosto de 2016 y septiembre de 2017.

Si bien no se produjeron accidentes, la medida se adoptó tras detectarse que, bajo ciertas condiciones de uso, podían presentar algún riesgo de inflamación en la manguera, lo que fue inmediatamente notificado a la Superintendencia de Electricidad y Combustible (SEC) e informado a los clientes que adquirieron estos productos, solicitándoles que no los utilizaran y tomaran contacto telefónico con la empresa a través de un número dispuesto especialmente para tal efecto. Sodimac coordinó una visita sin costo de técnicos externos autorizados por la SEC a los hogares de los clientes afectados para revisar los productos y determinar su reparación.

Inspecciones internacionales y nacionales (417-1)

Tras la selección de productos y el contacto con potenciales proveedores extranjeros, Sodimac visita sus instalaciones para constatar su capacidad y solvencia. Luego, somete la mercadería contratada a estrictos controles de calidad por parte de firmas internacionales especializadas. Las inspecciones consideran las especificaciones técnicas, los componentes y características funcionales de los productos, analizando cada punto requerido por Control de Calidad. Se examina el producto en su totalidad, verificando que la fabricación se ciña fielmente a las especificaciones solicitadas y cumpla con las exigencias en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

Inspecciones internacionales	2016	2017	2018
Asia	4.435	4.870	5.092
Europa	34	41	36
África	2	27	-
América	52	113	223

Fuente: *Sodimac.*

Proveedores inspeccionados	2016	2017	2018
Asia	747	713	527

Fuente: *Sodimac.*

En 2018 se realizaron 5.351 inspecciones internacionales. Este procedimiento también se emplea con los productos adquiridos en Chile a proveedores locales. En ambos casos, de detectarse errores en la mercadería se aplican inspecciones correctivas que los fabricantes deben solucionar. Toda inspección tiene un resultado que libera o no el despacho de los productos, que puede ser del tipo aprobado o rechazado.

Inspecciones Nacionales

Estado de la inspección	2016	2017	2018
Aprobado	308	355	357
Rechazado	52	63	28
Total	**360**	**418**	**385**

Fuente: *Sodimac.*

Testeo de productos

(416-1)

Para verificar la seguridad y usabilidad de los productos, el área de Control de Calidad contrata los servicios de laboratorios nacionales y extranjeros, con especial énfasis en los productos eléctricos y de mobiliario. Sodimac igualmente incentiva que todos sus proveedores realicen testeos en laboratorios externos, para contar con dicho respaldo al momento de sumar un producto a su catálogo.

Ciclo Testeo Interno

Testeos de Productos	2016	2017	2018
Testeos de productos en Chile	907 unidades	993 unidades	2.911 unidades

Fuente: *Sodimac.*

Marcas propias y soporte técnico

(416-1)

Sodimac manda fabricar y etiqueta productos para sus marcas propias, sobre las cuales asume una responsabilidad mayor en materia de exigencias de calidad, funcionamiento y postventa. Parte importante de la labor de la Gerencia de Calidad se focaliza en el seguimiento de esta mercadería en las diferentes etapas de su ciclo de vida. Actualmente existen 1.578 productos de marca propia.

En el ámbito de la postventa, la empresa ofrece un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de los requerimientos de clientes para todos los productos marca propia de grifería, que funcionan con energía eléctrica o algún tipo de combustible. En 2018, se atendió un total de 18.944 productos de diversas categorías en el servicio técnico controlado por la empresa.

La compañía también ofrece una red de módulos de Soporte Técnico ubicados en 56 tiendas a lo largo de 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 servicio técnico especializado si así lo requieren.

Atenciones de Soporte Técnico	2018
2016	560.794
2017	520.098
2018	352.812

Fuente: *Sodimac.*

Laboratorio de Experiencia de Uso

Además de resguardar la calidad y seguridad de la mercadería, el área de Control de Calidad Corporativo se enfoca en asegurar una buena experiencia de uso para los clientes. Para ello, existe un laboratorio, certificado bajo la filosofía LEAN, que cuenta con áreas de ensayos mecánicos, eléctricos, químicos y materiales, junto con zonas de instalación, armado y aplicación de productos. En dichas instalaciones, usando instrumental de medición y equipos de ensayos de primer nivel, laboratoristas especializados realizan evaluaciones para los distintos mercados de Sudamérica antes de su compra. Además, junto a ingenieros de desarrollo de productos y como parte de un proceso de mejoramiento continuo, se evalúa mercadería que ya esté en el mercado, definiendo avances en su diseño.

Durante 2018 el laboratorio evaluó 1.555 productos, considerando ensayos previos a su incorporación al surtido de Sodimac y testeos de control de productos ya disponibles en el mercado.

Innovación con los proveedores

Sodimac impulsa una política de innovación basada en un concepto de co-creación con sus proveedores, esfuerzo 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 los proveedores el amplio conocimiento de la compañía acerca de las demandas y expectativas de los clientes, para que definan de forma creativa y más directa su oferta, focalizándose en generar productos, servicios, modelos de negocio, experiencias y procesos mejor alineados con las necesidades de los consumidores.

La iniciativa, que históricamente ha aportado nuevos productos de alto valor agregado al surtido de la empresa, a lo largo de 2018 registró significativos avances, en gran medida como resultado de la implementación en 2017 del portal www.sodimacinnovacion.cl, el que ha tenido una excelente respuesta al ser una herramienta fácil y eficiente para que empresas de distintos tamaños, inventores y emprendedores presenten proyectos que puedan transformarse en soluciones concretas.

Esta nueva plataforma web que la compañía implementó para impulsar la innovación abierta ha permitido un acelerado aumento de las propuestas para el desarrollo de servicios, productos, softwares y experiencias, con más de 600 proveedores inscritos en la plataforma (versus las 41 empresas que trabajaban con el CIP al cierre de 2017), y la presentación de 760 soluciones o propuestas en diferentes rubros.

Innovación con Mirada Social

Sodimac apoya a pequeños emprendedores para que puedan desarrollar productos que tengan una factibilidad comercial real y cumplan con los estándares de calidad exigidos por la empresa, los que, una vez listos, tienen a su disposición las tiendas de la compañía para su venta al público. Esta línea de trabajo se orienta a generar un impacto social positivo, lo que se ha traducido en un trabajo concreto con las iniciativas Espacio Mandela y Lalen.

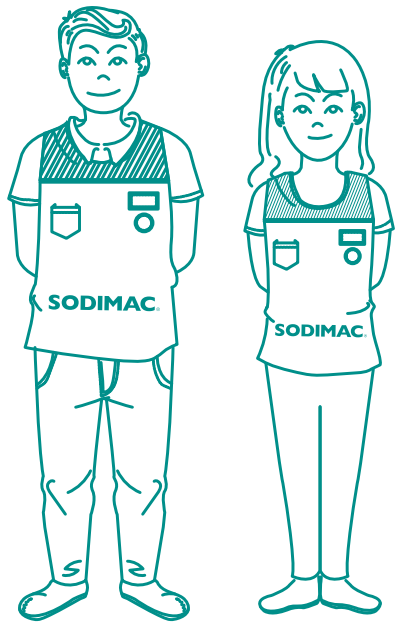
El primero busca contribuir al proceso de reinserción de personas que están privadas de libertad, a través de un espacio de formación laboral y humano al interior de la cárcel. Sodimac aporta su experiencia y conocimientos para que estas personas puedan tener un oficio y un ingreso estable que les permita integrarse a la sociedad al terminar su condena. En un año y medio, los participantes de Espacio Mandela fabricaron mesas de madera plegable y luego crearon una nueva partida de productos (mesas de centro y laterales también de madera), que han tenido una excelente recepción por los clientes.

Lalen, a su vez, es una marca de micro emprendedores que diseñaron una línea de cojines inspirados en la naturaleza chilena y la cultura an tral 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.

Diversas Instancias de Apoyo al Emprendedor

Durante 2018 Sodimac impulsó Construye Solar, iniciativa que apoya la innovación, la creación de competencias profesionales y la concientización e incorporación de criterios de construcción sustentables. Para ello incentiva a universidades de Chile y el mundo a desarrollar prototipos de viviendas sociales que se construyen a escala real, los que son evaluados en una muestra pública sobre la base de su eficiencia energética, confort y sostenibilidad, entre otros aspectos.

Sodimac además participó en las diferentes rondas comerciales organizadas en el año en distintas ciudades de Chile por Sistema B, instancia que reúne a grandes y pequeñas empresas con impacto, organizaciones y Empresas B, para generar un intercambio comercial con el foco puesto en generar un triple impacto positivo: ambiental, social y económico.



Nuestros Clientes

Hitos

- 2°lugar estudio I-Creo: marcas en las que más confían los chilenos, elaborado por AlmaBrands.
- Botón de Oro para el canal en YouTube de Sodimac al superar 1 millón de suscriptores.
- Diversos reconocimiento en reputación corporativa (4°lugar HK Estrategies y GFk; 8° lugar RepTrack Chile de Reputation Institute; 2°lugar reputación de marca BrandZ/Millward Brown, entre otros).
- Sodimac Constructor ingresa al Hall of Fame de marcas chilenas.

Sodimac busca generar una experiencia de compra diferenciadora respecto a los estándares observados en el mercado. En pos de este objetivo, la empresa mantiene herramientas activas de escucha en todas sus plataformas de atención, con el fin de facilitar una retroalimentación que permita conocer de primera fuente las necesidades de los consumidores y sobre esa base estructurar su oferta de productos y servicios, e implementar mejoras que permitan obtener cada vez mejores niveles de satisfacción.

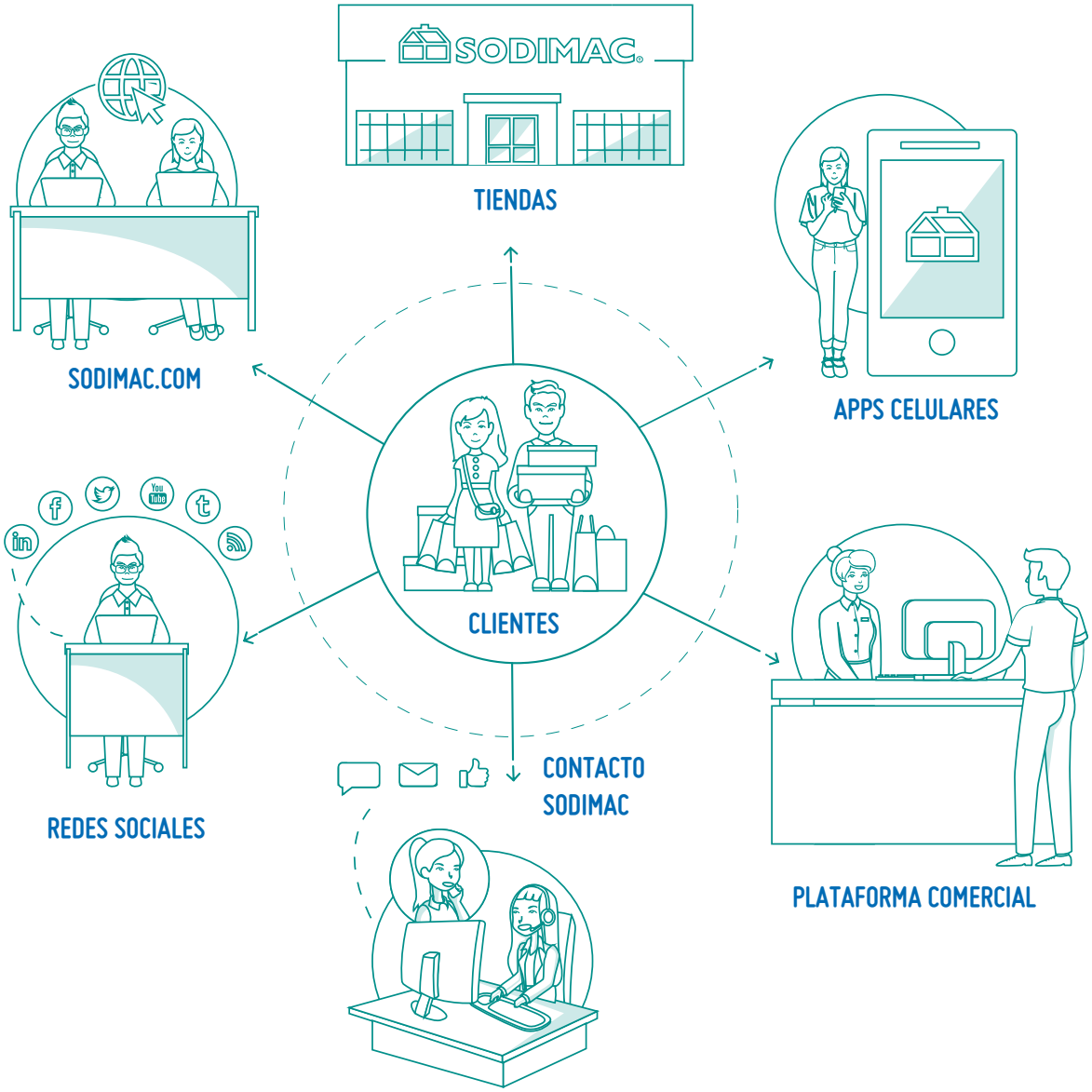
Temas Estratégicos

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Experiencia de Clientes

Sodimac desarrolla una estrategia de omnicanalidad, orientada a generar valor para los clientes en cualquier plataforma.La empresa busca estar alineada con los profundos cambios que están experimentando los hábitos de consumo a raíz del masivo acceso de las personas a dispositivos móviles y nuevas tecnologías, y la gran expansión del comercio electrónico que este fenómeno ha conllevado.



Gestión de omnicanalidad y comercio electrónico

La empresa continuó impulsando importantes inversiones en sus plataformas de e-commerce, potenciando los puntos de contacto y la experiencia de compra de los clientes en los canales a distancia.

Actualmente, el sitio Sodimac.com presenta un Check Out y una interfaz simple y personalizada, ofreciendo herramientas de inteligencia artificial (como el ChatBot "Pedro") habilitadas para responder consultas 24x7. También hay un permanente esfuerzo por ampliar la oferta y el surtido en todas las categorías de productos y actualmente 84 servicios están disponibles online, incluyendo la alternativa de despacho a domicilio para compras de materiales de construcción.

En las tiendas, por su parte, se han habilitado más de 250 módulos.com, y el servicio Click & Collect (compra online y retiro en tienda), un programa prioritario para la compañía, está habilitado en todas las tiendas Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor y Homy, alcanzando en 2018 más del 50% de las transacciones de venta a distancia.

Escuchando a los clientes

A través de una serie de canales de escucha permanente, Sodimac atiende los requerimientos de los clientes en sus diferentes áreas. Estas plataformas son:

- 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 Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram y Youtube, existiendo una comunidad digital afín a los contenidos allí generados por Sodimac, que los comparte y también nutre a la empresa con feedback, consultas, comentarios, felicitaciones y recomendaciones, entre otras.

Durante 2018, Sodimac siguió intensificando su presencia digital, sin perder de vista los medios tradicionales. Esta política llevó a un alza de seguidores en las redes sociales de Sodimac de un 27% en promedio, alcanzando un total de 33.084 apariciones positivas. Además, en el año se produjeron 122 millones de visitas web y 78 millones de vistas en el canal de YouTube, entre otros logros.

Botón de Oro para el canal en YouTube de Sodimac

En el año se publicaron 30 proyectos del Hágalo Usted Mismo (HUM) en YouTube, plataforma que, cabe resaltar, ha generado 445.257 derivaciones a Sodimac.com, gracias a un trabajo que permitió durante 2018 superar la barrera del millón de suscriptores.

Google, compañía propietaria de la citada red social, reconoció este logro entregando un Botón de Oro al canal de Sodimac, galardón que se otorga a los principales generadores de contenido en YouTube a nivel mundial. La empresa se transformó así en el primer retailer de Chile y América Latina en recibir este galardón, y la única compañía que no es un medio de comunicación en alcanzar este hito en el país.

El canal YouTube de Sodimac fue creado en abril de 2010 y destaca por la calidad de sus videos tutoriales con proyectos HUM, algunos de los cuales superan las 10 millones de visualizaciones, sumando suscriptores de Chile, México, Perú, Colombia, Argentina y España, entre otros.

Satisfacción de los clientes

(102-43)

Los contactos se complementan con el sistema de gestión Net Promoter Score (NPS) en todas las tiendas y en el área de Venta Empresas, midiendo el nivel de satisfacción y calidad de la experiencia que perciben los clientes.

Esta retroalimentación se analiza a diario, introduciéndose cambios en el servicio de venta y postventa cuando se detectan situaciones que lo ameriten, al igual que en productos, calidad, cantidad y precios; y tiempos de espera en cajas. También permite abordar mejoras potenciales de la infraestructura en tiendas, entre otros elementos que permiten satisfacer mejor las expectativas del consumidor.

Complementariamente, se realiza una auditoría mensual de las variables que impactan en la experiencia y el servicio a clientes, y por ende, en el NPS. A cargo de un equipo externo, se mide el cumplimiento de factores como orden y aseo de baños, disponibilidad de carros y canastos, operación y autoservicio, y circulación del cliente en las tiendas. En 2018, el grado de cumplimiento en estas auditorías fue de 94%.

En el año se recibieron 270.142 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). Dichos clientes son considerados promotores de la marca.

Encuesta de Satisfacción	2016	2017	2018
Clientes encuestados	131.802	194.740	270.142
Nota 9 y 10	65%	65%	67%
Nota 7 y 8	21%	21%	19%
Nota 0-6	14%	14%	14%

Fuente: *Sodimac.*

NPS en E-commerce

Como avance en el objetivo de servir cada vez mejor a los distintos segmentos de clientes, en 2018 la compañía comenzó a medir el NPS de E-commerce, con el fin de conocer el nivel de satisfacción de las personas que optan por las plataformas online de Sodimac para realizar sus compras. En base al feedback recibido, se gestionan mejoras en el nivel de servicio.

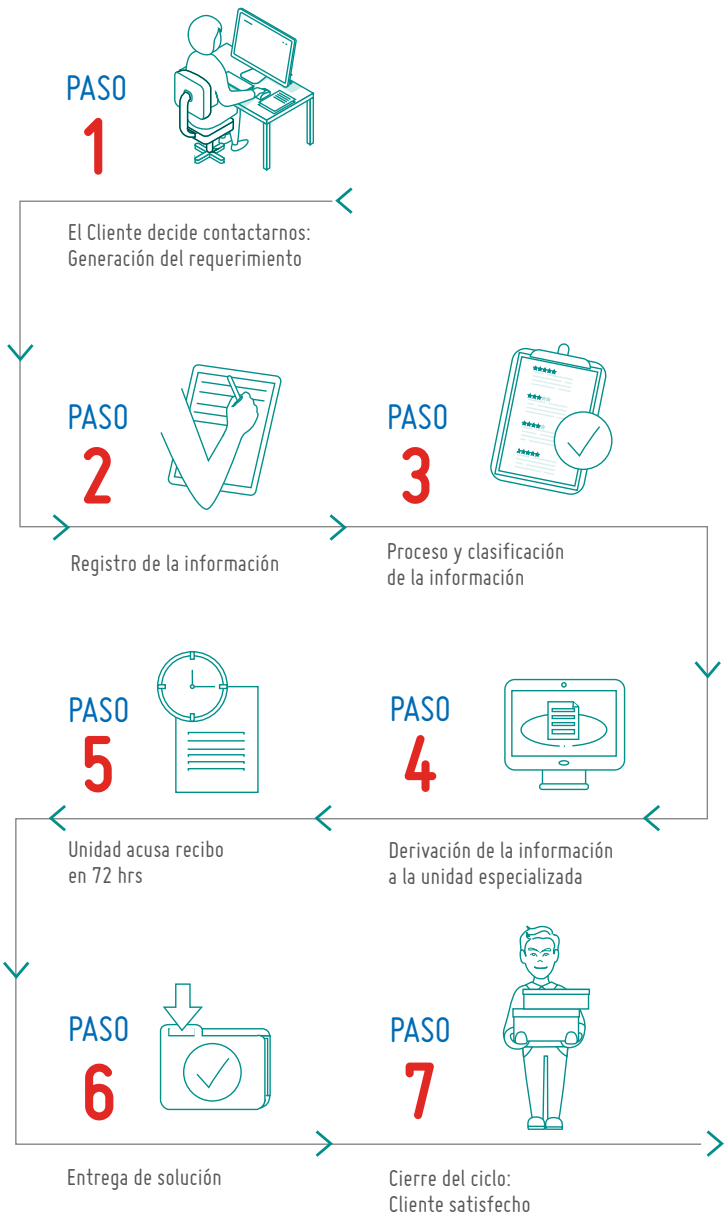
Cliente Incógnito

Empleada por Sodimac para medir las pautas de atención de los trabajadores de la empresa con los consumidores, la figura del cliente incógnito sigue conductas predefinidas que parten de un estándar mínimo de cumplimiento que debe ser de, al menos, un 85% de los indicadores.

De 7.253 evaluaciones realizadas en 2018, un 45% de los trabajadores cumplió los estándares en un 100%, con un promedio de cumplimiento a nivel de toda la organización de un 91%.

Cliente Incógnito	2016	2017	2018
Total evaluaciones	**11.033**	**9.292**	**7.253**
Trabajadores evaluados con 100%	4.453	3.269	3.246

Fuente: *Sodimac.*



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 el ejercicio se generaron 202.951 requerimientos, de los cuales 125.855 (el 62%) fueron reclamos que ingresaron vía internet, call center o por escrito por medio de buzones, entre otros. Éstos representaron un 0,24% del total de transacciones realizadas en el año.

Año	Requerimientos de clientes (*)
2016	174.736
2017	186.409
2018	202.951

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

Ámbitos de requerimientos	2016	2017	2018
Reclamo	60%	63%	62%
Solicitud	23%	22%	23%
Consulta	9%	8%	7%
Felicitaciones	7%	7%	8%
Sugerencia	1%	0,3%	0,3%

Fuente: *Sodimac.*

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

Convenio Sodimac—Sernac

La empresa mantiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) que facilita la gestión de reclamos de los clientes. El sistema opera con una plataforma desarrollada por Sernac, que permite recibir una notificación inmediata cuando llega un reclamo a la repartición. Sodimac se compromete a dar una respuesta en un plazo máximo de siete días hábiles. En 2018, se recibieron 3.280 reclamos por esta vía, los que fueron resueltos, sirviendo a la compañía para adoptar medidas correctivas.

	2016		2017		2018	
Áreas de Reclamos	N°	%	N°	%	N°	%
Servicio de Despacho	40.326	39%	51.451	44%	55.109	44%
Internet	20.011	19%	20.584	18%	23.273	18%
Productos	15.473	15%	17.078	15%	18.183	14%
Servicio Instalaciones y Arriendo Herramientas	6.411	6%	9.090	8%	11.722	9%
Área Ventas	8.106	8%	7.854	7%	7.169	6%
Otros	4.243	4%	4.036	3%	3.973	3%
Otros Servicios de tienda	7.632	7%	3.989	3%	3.760	3%
Área Cajas	2.534	2%	2.666	2%	2.666	2%
Total	**104.736**	**100%**	**116.748**	**100%**	**125.855**	**100%**

Fuente: *Sodimac.*

Comercio y marketing responsable

Sodimac está comprometida con asegurar a los clientes una adecuada disponibilidad, calidad y seguridad de los productos que ofrece, cumpliendo sus promesas, respetando los derechos del consumidor y aplicando políticas comerciales justas y transparentes. Sobre estos fundamentos, la empresa 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

La compañía ha visto recompensados sus esfuerzos destinados a construir un branding asociado a las mejores prácticas del mercado, alcanzando posiciones de liderazgo en el top of mind de los consumidores chilenos. Asi lo demostró el estudio de marcas BrandZ, desarrollado por la compañía británica Kantar Millward Brown, que en 2018 ubicó a Sodimac en el segundo lugar entre las empresas más valiosas de Chile.

La empresa también obtuvo destacados lugares en distintos estudios de reputación corporativa, entre los que destacan el 4°lugar obtenido en el ranking elaborado por HK Estrategies y Gfk Adimark; el 8°puesto en el Rep Trak Chile de Reputation Institute y el 9° en el ranking Merco.

Sodimac Constructor ingresa al Hall of Fame de marcas chilenas

Gracias a la votación de más de 1.500 profesionales del marketing, en 2018 Sodimac Constructor fue elegida para integrarse al Hall of Fame de grandes marcas chilenas, el más importante reconocimiento de su tipo en el país. La distinción premia a aquellas marcas que han logrado una trayectoria de éxito y liderazgo destacada y sostenida en sus respectivos mercados.

Sodimac Constructor, de esta manera, consiguió el mismo galardón recibido hace 10 años por su marca hermana, Sodimac Homecenter.

Segunda marca más confiable

ICREO, estudio desarrollado por la consultora Almabrands para medir el nivel de confianza que los consumidores poseen en marcas e instituciones chilenas, por segundo año consecutivo situó a Sodimac como la segunda institución en la que más confía la ciudadanía después de Bomberos.

Para el estudio se tomó una muestra de 1.565 personas, quienes respondieron una evaluación que toma en cuenta cinco dimensiones: honestidad-transparencia, responsabilidad, empatía, respaldo y cercanía.

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 (AMDD), que aborda materias generales de responsabilidad y ética para aquellas actividades asociadas al marketing directo, estando certificada de acuerdo al código de autorregulación AMDD.

Datos personales y seguridad de la información

(418-1)

La empresa resguarda la información de sus clientes con absoluta reserva de todos los datos personales y total prohibición de entregarlos 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 2018 no se registraron reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información. Un tercero dijo poder acceder al historial de compras de los clientes, lo que llevó a revisar procesos y tomar acciones adicionales de resguardo, aunque no hubo posibilidad de fraude y los medios de pago de los clientes estuvieron protegidos en todo momento.

Procesos de retiro de productos (recalls)

(416-1)

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, política que incluye la coordinación con los proveedores para que adopten las medidas correctivas que correspondan, según la normativa vigente. Se pone especial énfasis en establecer procedimientos efectivos para la mercadería que se comercializa bajo marca propia. En 2018 se realizó un recall preventivo de parrillas (mayor información en capítulo Proveedores de este Reporte).

Normativa legal y causas judiciales

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

En relación al cumplimiento de la normativa y respeto a la ley, durante el período la empresa enfrentó 69 juicios relacionados con la Ley del Consumidor, que significaron multas por $19.048.340. Esto representa una dismunición en el número de juicios, por un trabajo de capacitación hacia las áreas que esta enmarcado en el programa de cumplimiento de la empresa.

Causas Judiciales — Demandas	2016		2017		2018	
Concepto	N° Juicios	Suma de Cuantía	N° Juicios	Suma de Cuantía	N° Juicios	Suma de Cuantía
Producto, Información y etiquetado	26	$4.772.627.874	27	$192.687.012	32	$226.033.086
Salud y seguridad	12	$4.364.659.398	12	$1.487.328.889	12	$256.795.932
Publicidad y marketing	3	$637.860	9	$15.359.240	2	$786.980
Otros	38	$136.989.121	39	$803.417.384	23	$270.178.829
Total general	**79**	**$9.274.914.253**	**87**	**$2.498.792.525**	**69**	**$753.794.827**

Nota: *Los montos reportados se refieren a la cuantía demandada y no corresponde al valor pagado al final del juicio.*
Fuente: *Sodimac.*

Educación y consumo responsable

(413-1)

Círculo de Especialistas Sodimac

El Círculo de Especialistas Sodimac (CES) es un programa emblemático de la empresa en el plano de los negocios inclusivos. Tiene 13 años de existencia y permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y entregando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permitan mejorar en su trabajo y la gestión de su negocio.

El CES tiene más de 402 mil socios en todo Chile (más información en www.circulodeespecialistas.cl).

Actividades del CES	2016	2017	2018
N° de socios	398.960	416.000	402.123
N° de socios certificados SEC	60	60	60
N° de ferias	9	13	9
N° de capacitaciones	521	624	497
N° de visitas a fábricas	18	28	32
N° de Becas	1.377	2.625	2.650

Fuente: *Sodimac.*

En el ámbito del CES, Sodimac ofrece un plan de becas de perfeccionamiento en alianza con Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad de Talca, Decon UC, UST, DUOC UC, CEDUC UCN, UTEM, UDLA y CDT CChC. Durante 2018 se entregaron 2.650 becas a los maestros especialistas.

Los cursos impartidos se enfocaron en mejorar habilidades y competencias en: Gasfitería e Instalaciones Sanitarias, Instalaciones Eléctricas Domiciliarias, Calefacción Sustentable, Gasfitería en Baja Presión, Energía Solar Fotovoltaica, Desarrollo Sustentable y Eficiencia Energética en Construcción, Técnicas de Supervisión de Obras para Edificación, Inspección Técnica de Obras y Postventa de Edificación, Carpintería Metálica en Acero Galvanizado, Instalación Sistema de Agua Caliente Sanitaria Solar Domiciliaria, Carpintería Metálica en Acero Galvanizado, Interpretación de Planos Eléctricos, Autocad Básico, Interpretación de Planos de Gasfitería, Instalaciones Sanitarias de Agua Potable y Alcantarillados, Instalador y Mantenedor de Paneles Solares Fotovoltaicos, Instalador y Mantenedor de Sistemas de Climatización, Soldadura por Arco Plana y Horizontal, Diseño e Instalación Sistemas Solares Fotovoltaicos, Acondicionamiento Térmico en Viviendas.

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 se realizó la sexta versión de la Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas que organiza Sodimac Constructor, el mayor evento de profesionalización y desarrollo en el mundo de la construcción en Chile. El evento totalmente gratuito alcanzó un record de capacitaciones, con más de 327 cursos a los que asistieron 17.860 personas, incluyendo más de 46 mil participantes vía streaming (transmisión en vivo a través de internet). Paralelamente, se llevó a cabo el concurso "El Mejor Maestro de Chile", certamen que convocó a más de 4 mil participantes.

Capacitación en regiones

Por primera vez, en octubre se realizó también una Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas fuera de Santiago. Esta se extendió por dos días en el Centro de Convenciones Sur Activo de la Región del Biobío. La actividad contempló la participación de más de 4.500 personas, tuvo 4761 capacitados en 180 cursos, 70 stands de expositores y más de 5.000 reproducciones de las charlas vía streaming.

Hágalo Usted Mismo

Hágalo Usted Mismo (HUM) de Sodimac es una iniciativa que aborda necesidades y problemas comunes de todo hogar mediante tutoriales difundidos a través de un programa de televisión, videos en YouTube, talleres para clientes en tiendas y contenido especial distribuido en catálogos. En estas plataformas se entregan conocimientos para fabricar distintos elementos, reparar y mantener las viviendas, entre otros temas.

Hágalo Usted Mismo Comunidad

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

Estos talleres son ejecutados por la Fundación Proyecto Propio con la colaboración de distintas organizaciones aliadas de Sodimac, y cuenta con módulos para aprender cómo mantener la casa en buen estado, ahorrando dinero en el proceso, y generando proyectos que inspiren a la familia, vecinos y comunidad.

Durante el año se realizaron 46 talleres en todo Chile.


SODIMAC

Compromiso con el Medioambiente

Hitos

- Desde el 1 de abril de 2018 Sodimac dejó de entregar bolsas plásticas desechables en todas sus tiendas en Chile, eliminando más de 46 millones de bolsas (equivalentes a 471 toneladas) que anualmente se daban a los clientes.
- La empresa se unió al grupo "The Circular Economy 100" (CE100) de la Fundación Ellen McArthur, comunidad global público-privada que trabaja de manera colaborativa para transitar con más fuerza hacia una economía circular.
- Se suscribió el Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación, que busca minimizar la generación de residuos sólidos y aumentar su valorización en un plazo de 24 meses.
- Se extendió a 18 establecimientos la Red Nacional de Puntos Limpios, dos más que en el ejercicio anterior, distribuidos entre Arica y Chiloé.
- Durante el Cyber Monday de los días 8 a 10 de octubre de 2018, todos los despachos a clientes hechos por Sodimac fueron carbono neutral, convirtiéndose en la primera empresa en gestar este tipo de iniciativa desde el inicio de este evento de e-commerce en Chile.

Sodimac busca medir, reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, y hacer un uso más eficiente de los recursos. Además, impulsa iniciativas para crear consciencia y fomentar el cuidado ambiental en toda su cadena de valor, sumándose de ese modo a la lucha contra el cambio climático.

Temas Estratégicos

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

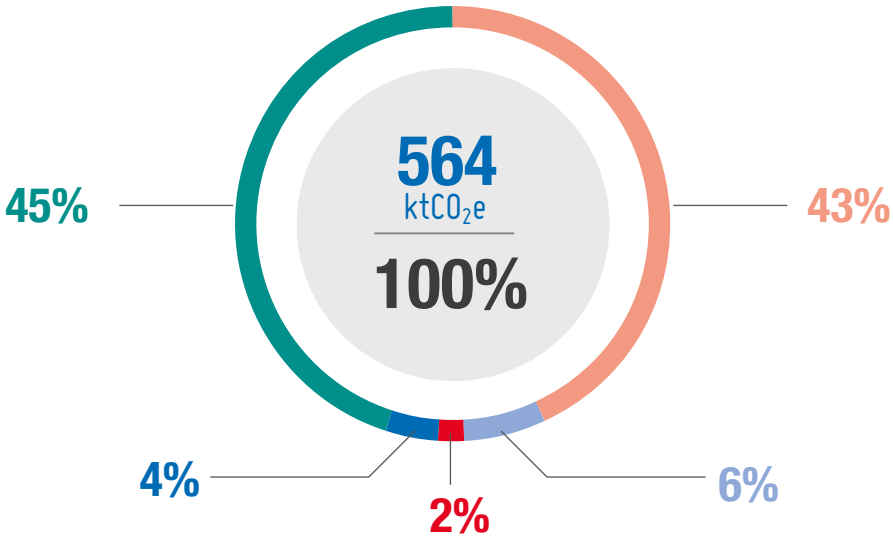
Cambio climático

(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 que genera con su actividad, buscando mejorar su desempeño ambiental y reducir su Huella de Carbono bajo control directo (Alcance 1 y Alcance 2) en un 30% al 2021.

Huella de carbono

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero



257 $ktCO_2e$

TRANSPORTE DE PRODUCTOS

ALCANCE 3

Huella de Carbono %	
17%	Bajo Control Sodimac
47%	Importaciones
35%	Proveedores

22 $ktCO_2e$

ELECTRICIDAD

ALCANCE 2

Tipo de Energia	GWh	%CO2e
Comprada a la Red	50	100%
Renovable Comprada	83	0%
Solar Techos	1	0%

9,2 $ktCO_2e$

COMBUSTIBLES Y GASES REFRIGERANTES

ALCANCE 1

Huella de Carbono %	
58%	Gas Licuado
10%	Gasolina
4%	Diesel
4%	Gas Natural
24%	Gases Refigerantes

33 $ktCO_2e$

OTROS

ALCANCE 3

Huella de Carbono %	
65%	Transporte de Colaboradores
6%	Insumos Principales
9%	Viajes de Negocios
9%	Residuos y Reciclaje
8%	Manufactura Combustibles
3%	E-commerce

243 $ktCO_2e$

TRANSPORTE DE CLIENTES

ALCANCE 3

Huella de Carbono %	
94%	Automóvil Particular
6%	Transporte Público
0%	Bicicleta y caminando

Huella de carbono

Anualmente la empresa mide sus emisiones de GEI directas por concepto de:

- Uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en fuentes controladas o propias.
- Emisiones indirectas por la electricidad que consume la empresa en sus instalaciones (tiendas, oficinas y bodegas).
- Las originadas por el transporte de productos, el traslado de los clientes a las salas de venta, el traslado de los colaboradores, la manufactura de insumos operacionales de las tiendas y oficinas corporativas, la disposición de residuos y reciclaje, los viajes de negocios, el comercio electrónico y la manufactura de combustibles.

La medición de la huella de carbono emplea la metodología establecida en el Greenhouse Gas Protocol, con un proceso diseñado internamente con el apoyo de la empresa ProyectaE.

Los resultados de 2018 arrojaron que:

- Las emisiones de GEI sumaron 564 mil toneladas de CO_2 equivalente (tCO_2e).
- Las principales fuentes son el transporte y logística de productos (45%), transporte por visitas de clientes (43%) y emisiones de generación de electricidad consumida (4%).
- Del total de emisiones, Sodimac puede ejercer 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 31 mil tCO_2e (6% del total de la Huella de Carbono). De estas emisiones, el 71% proviene del consumo eléctrico.
- En el ejercicio, las emisiones de GEI de “Alcance 1 y 2” bajaron un 19% respecto de 2017.
- Respecto de las emisiones de “Alcance 3”, el 45% se origina en el transporte de productos y el 43% por el transporte de clientes a tiendas. Sodimac ejerce un control indirecto sobre estas emisiones a través de los servicios de transportes y logística contratados con terceros, y con las mejoras a sus sistemas de comercio electrónico remoto que indirectamente contribuyen a disminuir los viajes de clientes a tiendas. El uso de información indirecta conlleva a que la información de emisiones de Alcance 3 tenga menor precisión que los Alcances 1 y 2.
- Los indicadores de intensidad de emisiones GEI Alcances 1 y 2 fueron de 32 $kgCO_2e/m^2$ superficie tiendas; 0,61 $kgCO_2e$/transacciones y 0,40 tCO_2e/UF ventas.
- Los indicadores de intensidad del total de emisiones GEI Alcances 1, 2 y 3 fueron de 565 $kgCO_2e/m^2$ superficie tiendas; 10,8 $kgCO_2e$/transacciones y 7,2 tCO_2e/UF ventas.

E-commerce carbono neutral

Durante la jornada del Cyber Monday llevada a cabo entre el 8 y el 10 de octubre de 2018, todos los despachos a clientes realizados por Sodimac fueron carbono neutral, transformándose en la primera empresa en generar una acción de esta naturaleza desde el inicio de este evento de e-commerce en Chile.

El compromiso se concretó compensando las emisiones generadas por los despachos de mercadería a través de la compra de bonos de carbono de un proyecto chileno registrado internacionalmente, siendo acreditado por la SCX (Bolsa de Clima de Santiago), que entregó una licencia de certificación CO_2 Neutral al proceso de despacho, garantizando el cumplimiento y trazabilidad de las etapas anteriores.

La Huella de Carbono del Cyber Monday fue medida por una entidad especializada externa e independiente, ProyectaE, usando la metodología del Greenhouse Gas Protocol. En tanto, la empresa Deloitte verificó la estimación de Huella de Carbono determinada previamente para corroborar su exactitud. Más información en www.scx.cl

Programa HuellaChile

Sodimac ha medido su Huella de Carbono desde el año 2010 y este año decidió además participar del programa HuellaChile del Ministerio de Medio Ambiente, el que busca fomentar la cuantificación, reporte y gestión de GEI, utilizando esta información para el Sistema Nacional de Inventarios de GEI.

De este modo Sodimac obtuvo por primera vez el sello "Cuantificación" otorgado por el programa HuellaChile.

Eco eficiencia en nuestras operaciones

Para construir sus tiendas Sodimac emplea estándares medioambientales internacionales basados en las directrices de US Green Building Council. Un hito en tal sentido fue la inauguración en 2008 en Copiapó de la primera tienda de la industria del retail en Chile y Latinoamérica en alcanzar la certificación LEED en categoría Silver, certificación posteriormente también recibida por la tienda Sodimac Homecenter de Quilicura y por el edificio corporativo ubicado en Renca.

Por protocolo propio de Sodimac, todo nuevo local o edificación asociada a las operaciones de la empresa se diseña y equipa bajo estándares arquitectónicos e infraestructura que permita un uso eficiente de los recursos, según lineamientos internacionales de desarrollo sustentable.

La compañía cuenta con un área de medioambiente responsable de identificar riesgos y encabezar las iniciativas para cumplir con las distintas normativas ambientales, entre otras acciones que permitan una operación responsable con el entorno.

Avanzando en energías renovables

En 2018 continuó el desarrollo del proyecto conjunto con las empresas Solarity y EfeSolar que, desde 2017 y hasta 2020, llevará a cabo la instalación de paneles fotovoltaicos en 50 instalaciones de Sodimac en Chile. Con ello se elevará hasta un 34% la proporción de energías renovables generada en los techos de las propias instalaciones dentro del total de electricidad consumido por la organización, lo que significará un gran avance para las metas de autogeneración energética de la compañía.

Ya en régimen, estos equipos generarán aprox. 46 GWh/año, equivalentes al consumo de más de 19.000 hogares chilenos en forma permanente, con lo que se evitará la emisión anual a la atmósfera de unas 20 mil toneladas de CO_2.

Complementariamente, Sodimac está reemplazando las necesidades energéticas de su red por Energías Renovables No Convencionales (ERNC) en el marco del acuerdo que su matriz, Falabella, suscribió con Acciona Energía en 2017, que permite abastecer a 38 tiendas e instalaciones de Sodimac en todo Chile.

Gastos e inversiones ambientales

Durante el ejercicio 2018 la empresa efectuó inversiones que permitieron avances en materia medioambiental.

Nombre del Proyecto (M$)	2016	2017	2018
Cambio de luminarias	688.315	954.009	1.810.477
Puntos Limpios	597.432	491.434	828.628
Tratamiento residuos	115.315	86.007	94.250
Medición Huella de Carbono	6.535	13.511	13.805
Inventario REP	-	35.495	34.357
Declaraciones Ambientales	-	74.622	59.560
Plataforma Medioambiental	-	37.767	51.802
Bodega Residuos	-	19.852	55.798
Asesoría Productos ECO	-	-	21.876
Auspicio Foro Construcción Sustentable	-	-	2.500
Residuos Orgánicos (casino)	-	-	1.099
Total	**1.407.597**	**1.712.697**	**2.974.152**

Fuente: *Sodimac.*

Gestión de residuos

(306-2)

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

Disposición de residuos no peligrosos

Junto con Sorepa (Sociedad Recuperadora de Papel), la empresa aplica un plan de reciclaje del papel y cartón procedente del embalaje de productos que efectúan sus diferentes proveedores. En 2018 se reciclaron 5.663 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.

Tipo de reciclaje	Unidad	2016	2017	2018
Reciclaje propio - cartón, papeles y bobinas	t	5.092	5.094	5.190
Reciclaje propio - film plástico	t	169	207	215
Reciclaje propio - maderas	t	-	146	258
Total reciclaje	**t**	**5.261**	**5.447**	**5.663**

Fuente: *Sodimac.*

Disposición de residuos peligrosos

La empresa aplica un programa de eliminación de residuos sólidos y líquidos que se originan en la operación de sus tiendas y pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente. Esto 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. Cada tienda cuenta, además, con equipos de derrame distribuidos en las áreas de almacenaje de productos químicos, para que su manipulación sea adecuadamente controlada.

La empresa Veolia, autorizada para el retiro y transporte de residuos peligrosos por la autoridad competente, se encarga del traslado de 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

Ciclo de Acopio y Disposición de Residuos Peligrosos

Residuos Peligrosos

Año	2016	2017	2018
Total kg	204.664	141.129	93.445

Fuente: *Sodimac.*

Puntos Limpios en todo Chile

Sodimac siguió extendiendo su Red Nacional de Puntos Limpios, sumando al cierre de 2018 un total de 18 recintos, dos más que en el ejercicio anterior (en las tiendas de Melipilla y Copiapó), distribuidos entre Arica y Chiloé, e incluyendo el punto limpio ubicado en las oficinas centrales de la empresa. Esta expansión se financia con gran parte de los recursos por la decisión de eliminar la entrega de bolsas plásticas desechables en las tiendas.

El desarrollo de puntos limpios va en línea con la meta “cero residuos” impulsada por la empresa, habilitando espacios que ayudan a que los hogares también minimicen sus desechos y seguir profundizando en la reducción del impacto que genera la operación de las tiendas sobre el medioambiente disminuyendo, reutilizando y reciclando los residuos que producen los trabajadores de la compañía y los clientes.

La Red Nacional de Puntos Limpios recibe doce tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, los cuales se compactan y envían a empresas de reciclaje, incluyendo plásticos PET/PETE, polietileno, polipropileno, poliestireno; vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva; tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros.

A los desechos antes mencionados se añadieron en 2018 los residuos electrónicos, gracias a una alianza que Sodimac firmó que la compañía de telecomunicaciones WOM para incorporar celulares, tablets y cables en desuso, con el fin de reciclarlos, o bien, reutilizarlos en conjunto con la Fundación Chilenter. De esta forma, se hará la disposición de diversos componentes que pueden resultar nocivos para el medioambiente, los cuales pueden extraerse y reutilizarse.

Durante 2018, la Red Nacional de Puntos Limpios superó las 832 mil visitas, sumando 3.206 toneladas de material reciclado.

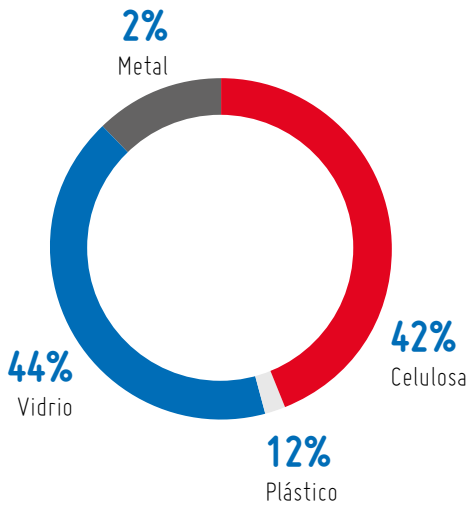
Reciclaje en Puntos Limpios

	2016	2017	2018
Toneladas	2.311	2.553	3.206
Visitas	372.988	505.263	832.049

Fuente: *Triciclos.*

Materiales Reciclados 2018

Distribución de residuos recibidos en red de puntos limpios Sodimac



Fuente: *Triciclos.*

Fomento al Reciclaje para Clientes

Sodimac se ha sumado activamente a la implementación de la Ley REP, norma que reúne esfuerzos del sector público, la empresa privada y los consumidores. Para ello la compañía trabaja activamente con Cámara de Comercio de Santiago, AmCham, entre otras instancias, aportando a partir de su experiencia para incentivar mejoras en los hábitos de reciclaje en las organizaciones y los hogares, reduciendo significativamente la generación de residuos.

Destacan las siguientes las iniciativas de Sodimac ligadas a la Ley REP para avanzar en la reducción, reutilización y reciclaje:

- Gestión de residuos para el reciclaje de papel, cartón, stretch film y se avanza en la disposición de madera, logrando una tasa de reciclaje de un 18% aproximadamente. Solo se consideran los residuos postindustriales propios de la operación en las tiendas.
- Aporte de la Red Nacional de Puntos Limpios, para que la comunidad haga una gestión de sus residuos.
- Inventario de materialidad de los envases y embalajes y programa de right sizing, a partir de un estudio de materialidad en más de 3 mil artículos de marcas propias, además de una propuesta de mejora de los envases que lo requieran, modificando el tamaño, el gramaje o la materialidad según sea necesario. Desde 2017 se trabaja con la cadena de valor en algunas líneas de productos -como iluminación- implementando cambios en envases que han permitido reducir el uso de plástico.
- Iniciativas con otros productos prioritarios, como baterías de automóviles. Sodimac suscribió un Acuerdo de Producción Limpia en 2016 que significó integrarse a un sistema de gestión para adelantarse a los requerimientos de la ley REP, lo que en 2018 permitió alcanzar un nivel de recuperación de baterías fuera de uso de los clientes de su Car Center de 255 toneladas.
- Sodimac profundizó su gestión de los neumáticos fuera de uso de los clientes de Car Center, alcanzando una recuperación de 369 toneladas.
- En el marco de las campañas “Que Nada Se Pierda”, la empresa apoya un programa de recuperación de diferentes elementos en desuso de los clientes, para que sean refaccionados y/o reciclados. En 2018, se realizaron campañas de recambio de hidrolavadoras, soldadoras, parrillas, electrodomésticos y muebles logrando reciclar 117.966 kilos de materiales.

Acuerdo de Producción Limpia para disminuir residuos a cero

Junto con otras 29 entidades privadas, y con el impulso de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, de la Asociación Nacional de la Industria del Reciclaje y de ACCIÓN Empresas, en septiembre de 2018 Sodimac suscribió el Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación.

El compromiso, de carácter voluntario, es reducir a cero el envío de residuos a destinos finales de eliminación de las instalaciones productivas y de servicios de las compañías participantes, las que en conjunto suman más de 50 instalaciones. El desafío es minimizar la generación de residuos sólidos y aumentar su valorización en un plazo de 24 meses.

Gracias a este APL será posible vincular la oferta de residuos sólidos con las empresas valorizadoras agrupadas en la Asociación Nacional del Reciclaje (ANIR), lo que permitirá contribuir al desarrollo de la industria del reciclaje, facilitando la construcción de un ciclo cerrado en la gestión de los residuos.

Adhesión a The Circular Economy 100

En 2018, Sodimac anunció el ingreso al grupo “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur. Se trata de una comunidad global de empresas, emprendedores, gobiernos y academia, que trabajan de manera colaborativa para compartir conocimientos y experiencias, y buscar oportunidades de proyectos conjuntos para transitar con más fuerza hacia una economía circular. La intención es poder superar los criterios de una economía lineal y su impacto negativo en los ecosistemas, cuidando de esta forma el medioambiente.

Promoviendo la Sustentabilidad

Educación y consumo responsable

Sodimac busca fomentar, difundir e incorporar gradualmente los criterios de cuidado del medioambiente y de la economía circular entre clientes, trabajadores, proveedores y comunidad en general. Para la difusión de dichos principios aprovecha diversas plataformas propias: catálogos, sitio web, campañas publicitarias y presencia en tiendas, además del programa de televisión "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, y que en conjunto "Cuidemos la Casa de Todos".

Los productos ECO sustentables que la empresa ofrece en todas sus tiendas responden al mismo objetivo, siendo una alternativa eficiente para los consumidores. Estos productos deben cumplir con las normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad de Sodimac para incorporar una rotulación especial.

Productos Sustentables

Variables de sustentabilidad	2016	2017	2018
Ahorro y eficiencia de energía	182	570	544
Ahorro y eficiencia de agua	186	231	78
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	207	373	25
Productos que provengan de manejo sustentable de bosques	279	279	997
TOTAL	**854**	**1.453**	**1.644**

Fuente: *Sodimac.*

Reducción de Envases y Embalajes de productos

Como parte de su política de sostenibilidad, Sodimac profundizó sus esfuerzos para minimizar los residuos potenciales provenientes del empaque de los productos que comercializa. Como consecuencia, se avanzó en la implementación de un programa de rightsizing enfocado en trabajar la mercadería y sus empaques, con miras a una optimizacion que se traduzca en una reducción del consumo de plástico y cartón (con embalajes debidamente ajustados al tamaño del producto).

Adicionalmente, se obtienen beneficios en materia de menores emisiones de CO_2 por concepto de gasto de combustible para transporte (al disponer más productos en un solo despacho) y por un eficiente uso de los espacios en contenedores, bodegas y tiendas.

Durante 2018, se trabajó con proveedores para revisar la materialidad, optimizando desde el origen 2.552 códigos, entraron a evaluación 1.050 códigos, logrando implementar mejoras en 318 códigos de productos. El desafío es llegar al 2020 con el 100% de los envases y embalajes con material reciclable.

No más bolsas plásticas

A contar del 1 de abril de 2018 Sodimac eliminó la entrega de bolsas plásticas desechables en todas sus tiendas del país, profundizando un trabajo realizado desde 2009 para gestionar y disminuir progresivamente su uso en la cadena. Con esta decisión la compañía se adelantó a la normativa promulgada el 1 de agosto por el Congreso, limitando la entrega de bolsas plásticas entre los grandes retailers a un máximo dos por cliente, y antes ya había adherido a ordenanzas municipales de 22 comunas para reducir o eliminar las bolsas.

La medida de la empresa significó eliminar más de 46 millones de bolsas plásticas que anualmente se entregaban a los clientes, y que equivalían a 471 toneladas. Implica, asimismo, reducir la huella de carbono en 848 toneladas de CO_2 equivalentes (tCO_2e), fortaleciendo la meta de disminuir la generación de gases de efecto invernadero en un 30% para 2021.

Cumplimiento Normativo

(307-1)

Sodimac desarrolla una Política de Sostenibilidad conforme a la legislación ambiental vigente y otros compromisos a los cuales adhiere voluntariamente. 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 contemplados por la empresa están separados en 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 y cada retiro es declarado en dicho sistema. 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**
   La empresa realiza una inscripción de todos los grupos electrógenos y bombas de incendio de cada uno de 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 se procura resguardar la correcta operación de los observatorios astronómicos que operan en esas zonas, regulando el tipo y ángulo de instalación de las luminarias exteriores.

4. **Casinos de alimentación**
   Su implementación requiere la autorización del SEREMI de Salud mediante una resolución sanitaria y su instalación debe cumplir 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, incluidos ciertos permisos) que autoriza ambientalmente la operación del proyecto. 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 a lo exigido por la normativa aplicable.

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 productoras (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**
    Es un documento que evalúa los riesgos del funcionamiento de una infraestructura, en función a los daños y perjuicios que pueda causar a sus trabajadores, vecindario y comunidad, actividades 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**
    Es un 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.

Apoyo a iniciativas público-privadas

Campaña Salva la Tierra

En 2018, Sodimac apoyó la campaña “Salva la Tierra”, jornada realizada en la Plaza de la Aviación de Providencia que estuvo destinada a educar y generar conciencia entre la ciudadanía respecto a la importancia de cuidar el medioambiente. Para ello se llevaron a cabo actividades como una eco feria, un show con un superhéroe ecológico y talleres para público en general y colegios. También se instaló un punto limpio.

La campaña contó con el patrocinio del Ministerio de Medio Ambiente y la Municipalidad de Providencia y significó el lanzamiento del sitio www.salvalatierra.cl, una mayor plataforma web de educación ambiental con contenidos descargables y videos sobre aire, agua, basura y energía, además de noticias y presencia en redes sociales.

La Hora del Planeta

Como cada año, el sábado 24 de marzo de 2018 Sodimac se sumó 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 a través de sus catálogos, junto con vocerías en las tiendas para informar a los clientes, y al mismo tiempo involucrar a sus trabajadores.

Compromiso con la Comunidad

Hitos

- En el marco de campaña "Construyendo Sueños de Hogar", se concretaron 110 proyectos de mejoramiento de infraestructura, espacios públicos o comunitarios. Participaron 1.116 voluntarios y se benefició a 24.607 personas y 120 trabajadores.
- Durante 2018, se incorporó a 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.
- Sodimac se sumó a Santiago + B, instancia que desarrolla e implementa soluciones a problemas concretos que afectan a la capital.
- Según la "Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2018", Sodimac es la marca más recordada entre las empresas que realizan voluntariado corporativo.

Para Sodimac, el crecimiento sostenible implica actuar con responsabilidad y aportar valor a las comunidades donde sus operaciones tienen impacto. Esta visión se materializa generando canales permanentes de escucha y relacionamiento, inversión social, incentivando la participación de los trabajadores en voluntariado corporativo y con un activo apoyo a diversas fundaciones orientadas a mejorar la calidad de vida de las personas.

Temas Estratégicos

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Sodimac y su comunidad local

(413-1) (413-2)

Sodimac evalúa el impacto de su gestión en las comunidades donde opera con estudios cualitativos y cuantitativos que buscan comprender mejor las necesidades y expectativas de las personas frente a la presencia de la empresa en su entorno. Con esa información elabora líneas de acción que procuran construir una relación de mutuo beneficio.

También se preocupa de comunicar oportuna y claramente sus proyectos a autoridades, líderes formales e informales y vecinos, indicando plazos, impactos negativos y externalidades positivas (puestos de trabajo, acciones sociales y ambientales) que derivan del proceso de construcción de una tienda.

Durante el año se realizaron estudios y presentaciones a autoridades y líderes de opinión locales para preparar la apertura de tres nuevas tiendas: Sodimac Homecenter La Serena Balmaceda, Sodimac San Antonio y Sodimac Independencia.

Gestión territorial

Durante 2018, se incorporó a la evaluación de proyectos la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), que es un instrumento que busca anticiparse a las controversias territoriales en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones. Permite conocer las limitantes, y generar las medidas técnicas, económicas y sociales, para que las nuevas inversiones no sólo cumplan la normativa, sino que también, el estándar de Sodimac en materia de sostenibilidad.

Este año la Gerencia de Planificación, Desarrollo y Proyectos empezó a evaluar con este instrumento cada uno de los territorios donde se proyectan obras nuevas, ampliaciones y remodelaciones, con la finalidad de identificar aquellos indicadores territoriales que pudieran comprometer la sostenibilidad y reputación de la compañía, si es que no son atendidos oportunamente, independientemente de si los proyectos son ejecutados por desarrolladores externos.

De esta manera, esta gerencia marcó un hito al incorporar la Política de Sostenibilidad a su quehacer, a través de una evaluación previa a las inversiones.

Durante 2018, se evaluaron 17 proyectos nuevos y otras 5 remodelaciones o ampliaciones de tienda.

Empleabilidad local

Sodimac privilegia la contratación de personas que residen en el radio de influencia de cada tienda, abriendo oportunidades laborales en las comunidades circundantes y reduciendo los tiempos de desplazamiento de sus trabajadores. En este sentido, en 2018 la empresa continuó participando en ferias laborales que le permitieron atraer talento local.

También existen alianzas con distintas instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de bajos recursos, quienes adquieren conocimientos y experiencias que contribuyen a su inserción en el mercado del trabajo.

Construyendo Sueños de Hogar

Lanzado en 2017, con el programa "Construyendo Sueños de Hogar" Sodimac profundiza los esfuerzos en inversión social y relacionamiento comunitario, colaborativo y participativo que la empresa desarrolla desde hace una década para mejorar la calidad de vida de las personas.

La iniciativa apoya con fondos concursables proyectos de mejoramiento, reparación o remodelación de infraestructura en espacios públicos presentados por organizaciones vecinales o comunitarias. Además, se contemplan fondos especiales para el desarrollo de proyectos que mejoran los hogares de trabajadores de la compañía. Una vez aprobados, Sodimac dispone los fondos necesarios y grupos de voluntarios corporativos se coordinan para realizar los trabajos en terreno.

El programa cuenta con un Consejo Consultivo en el que participan directores de la empresa y líderes de la sociedad civil. Su finalidad es realizar una evaluación global y velar por su correcta aplicación, aportando asesoramiento y puntos de vista sobre los principales temas que involucran a la sociedad civil y su relación con Sodimac.

En 2018, se ejecutaron 110 proyectos en todo Chile, con la participación de 1.116 voluntarios, beneficiando a 24.607 personas.

Año	Nº de proyectos	Beneficiarios directos e indirectos (*)
2016	84	50.425
2017	96	29.674
2018	110	24.607

(*) Los datos de 2016 corresponden al programa Buen Vecino, que es el antecesor de Construyendo Sueños. La cantidad de beneficiarios depende del alcance de cada proyecto.

Fuente: *Sodimac.*

Área de Proyectos Beneficiados

Área de proyectos	2016	2017	2018
Organizaciones sociales	38%	34%	65%
Educación	52%	55%	25%
Salud	6%	5%	4%
Deporte	4%	4%	4%
Cultura	-	2%	2%

Fuente: *Sodimac.*

En el top of mind del voluntariado

La "Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2018", realizada por Cadem para la Fundación Trascender, mostró que Sodimac es la marca más recordada de forma espontánea entre aquellas empresas que realizan acciones de voluntariado corporativo. Según los resultados del estudio, ante la pregunta "¿Conoces alguna marca que realice Voluntariado Corporativo?", un 25% de las personas encuestadas (2.000 casos) señaló a Sodimac, mientras que las siguientes dos menciones alcanzaron porcentajes de un 10% y 9% respectivamente.

Nuestras alianzas

(102-13)

Sodimac colabora activamente con fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad.

TECHO

Sodimac colabora con TECHO en la meta de erradicar los campamentos en Chile. Para ello, anualmente realiza una campaña nacional para recaudar aportes entre los clientes, convoca voluntarios de todas las tiendas y otorga precios preferenciales, recursos financieros y apoyo logístico a esta ONG. La compañía también invita a sus proveedores para que sean parte de este compromiso, incentivando una alianza transversal.

En 2018, la empresa apoyó la campaña institucional de integración de la ciudad que TECHO impulsó bajo el nombre "Violeta", y en paralelo contribuyó a los 19 proyectos de vivienda definitiva gestionadas por la ONG en diversas regiones de Chile. Asimismo, se hizo entrega de un aporte de $ 22.938.550 recaudados a partir de las ventas de Agua Late en todas las tiendas del país.

Fundación Junto al Barrio

Sodimac apoya con aportes económicos los diferentes proyectos impulsados por la Fundación Junto al Barrio en comunidades vulnerables del país. Durante 2018 esta colaboración se tradujo en una contribución de $130 millones, además de la participación en proyectos llevados a cabo en las comunas de Renca y Valparaíso y que se enmarcaron en las actividades del programa Construyendo Sueños de Hogar.

Movidos x Chile

Consolidando una instancia de coordinación permanente para gestionar ayudas en caso de emergencias, Sodimac continúo participando en Movidos por Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias para potenciar la colaboración de diferentes organizaciones frente a la ocurrencia de catástrofes y/o crisis en el país.

En 2018 este trabajo llevó al diseño y estandarización del primer flujograma y de los procedimientos de respuesta de la empresa en ese tipo de circunstancias. También se dio a conocer el funcionamiento del Comité Operacional de Emergencias de Sodimac en toda la organización mediante la difusión de documentos compartidos y entrevistas, entre otras acciones.

Santiago + B

En 2018 Sodimac se sumó a las diversas organizaciones que apoyan las iniciativas de Santiago + B, instancia que impulsa una alianza entre empresas, universidades, fundaciones, instituciones públicas, emprendedores y ciudadanos, para gestar un trabajo conjunto que lleve al desarrollo e implementación de soluciones a problemas concretos que afecten a la capital de Chile. La intención es incentivar a los ciudadanos para que sean los principales agentes en la transformación de Santiago en una ciudad cada vez más próspera, sustentable, resiliente e inclusiva.

En este marco, la empresa fue parte activa de la campaña “Usa tu Poder”, lanzada en 2018 por la Intendencia Metropolitana, Fundaxión y Santiago +B, con el fin de impulsar en Santiago y la Región Metropolitana los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por la ONU hacia el año 2030. Con este objetivo se planteó un concurso abierto para crear mensajes escritos, en video o a través de canciones, que apelen a terminar con la pobreza, la contaminación o la desigualdad, inspirando la construcción de una mejor sociedad y la protección del planeta y la humanidad.


Aglomerado
ENCUENTRE ONLINE
MÁS DE 180 TIPOS
DE TABLEROS
SODIMAC.COM
Tableros
MDF rechapado
Dimensionado

Anexos

Anexo 1

DESARROLLO ECONÓMICO

(102-7; 201-1)

Durante 2018, Sodimac se siguió consolidando como la principal empresa del rubro en Chile, con una participación de mercado que alcanza a 25,3%, incluyendo a su filial Imperial. En el año, los ingresos alcanzaron $2.169.506.069 millones, 5,4% más que en el ejercicio anterior, principalmente por el aumento de ingresos mismas tiendas (SSS), a lo que se sumaron mejoras en la gestión comercial.

Desempeño Económico (M$)	2016	2017	2018
Ingresos de explotación	2.000.746.660	2.058.298.063	2.169.506.069
Costos de explotación	1.402.801.149	1.427.450.422	1.492.383.885
Margen de explotación	597.945.511	630.847.641	677.122.184
Pago de dividendos*	54.533.528	64.314.722	50.137.028
Utilidad del ejercicio	78.012.586	66.057.531	67.143.340

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

Valor económico generado y distribuido 2018

Cifras en M$

Valor económico distribuido

2.414.963.500

- Costo de operación **2.061.926.888**
- Pago al gobierno **21.998.160**
- Pago proveedores de capital **66.640.230**
- Remuneraciones y beneficios **261.490.561**
- Inversión comunitaria **2.908.111**

Valor económico generado

2.169.506.069

Valor económico retenido

-245.457.881

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 en 2018 ascendieron a $2.061.926.888, cifra mayor al ejercicio 2017, que alcanzó a $1.958.854.135. Esto incluye costos de explotación y los gastos por administración y ventas.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

Durante 2018, los gastos en remuneraciones y beneficios alcanzaron M$261.490.561., monto superior al registrado en el período anterior, que fue de M$244.594.415.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó por concepto de proveedores de capital M$66.640.230, cifra menor al ejercicio 2017, que alcanzó M$84.462.489. Éstos se distribuyeron en pagos a los accionistas de la empresa y gastos financieros.

Gobierno: Pagos e impuestos

Durante 2018, los pagos al Estado totalizaron M$21.998.160 por concepto de impuestos sobre la ganancia, cifra mayor al ejercicio 2017, que alcanzó M$20.296.610.

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones realizadas por Sodimac en diferentes proyectos durante 2018 que impactaron positivamente en la comunidad ascendieron a M$2.908.111. Destaca la inversión en 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

Durante el año 2018, Sodimac utilizó M$1.773.856 de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en su formación y capacitación.

Asistencia Financiera del Gobierno (M$)	2016	2017	2018
Donaciones			
Franquicia tributaria	205.610	183.239	261.470
Activo fijo			
Uso franquicia (tope UTM 500)	23.091	23.486	24.176
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	1.507.798	1.581.547	1.773.856
Total	**1.736.499**	**1.788.272**	**2.059.502**

Fuente: *Sodimac.*

Anexo 2

DOTACIÓN SODIMAC CHILE

Dotación por zona, jornada laboral y tipo de contrato

(102-8)

Al cierre de 2018, Sodimac tenía una dotación de 18.020 trabajadores, de los cuales 70% eran hombres y 30% mujeres.

Total trabajadores por zona

	2016		2017		2018	
Por Región	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
Zona Norte	1.580	696	1.625	814	1.585	767
Zona Centro	1.861	880	1.841	1.023	1.862	975
Zona Sur	2.666	1.284	2.576	1.435	2.569	1.326
Región Metropolitana	6.101	2.170	6.359	2.483	6.568	2.368
Total	**12.208**	**5.030**	**12.401**	**5.755**	**12.584**	**5.436**
Total	**17.238**		**18.156**		**18.020**	

Fuente: *Sodimac.*

Total trabajadores por jornada laboral

	2016		2017		2018	
Tipo Jornada	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
	12.208	5.030	12.401	5.755	12.584	5.436
Total	**17.238**		**18.156**		**18.020**	

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

Total trabajadores por tipo de contrato

	2016		2017		2018	
Tipo de Contrato	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato indefinido	9.332	6.536	9.209	6.323	10.108	6.864
Contrato Plazo fijo	965	405	1.819	805	745	303
Subtotal Total	**10.297**	**6.941**	**11.028**	**7.128**	**10.853**	**7.167**
Total	**17.238**		**18.156**		**18.020**	

Fuente: *Sodimac.*

Dotación por tipo de cargo y género

(102-8; 405-1)

En 2018, 123 mujeres ocupaban puestos ejecutivos en la organización, equivalente a un 24% del total de estos cargos. La remuneración de la dotación femenina no tiene ninguna disparidad o alteración sustancial -por diferencia de género- respecto de sus pares hombres en los diversos tipos de posición.

Gerentes y Subgerentes

	2016		2017		2018	
Rango de Edad	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombres	Mujeres
Menor de 30	1	0	3	1	2	1
Entre 30 y <50	266	89	258	86	259	92
50 y más	117	25	127	29	136	30
Total	**384**	**114**	**388**	**116**	**397**	**123**
Total %	**77%**	**23%**	**77%**	**23%**	**76%**	**24%**

Fuente: *Sodimac.*

Profesionales y Técnicos, Otros Colaboradores

	2016		2017		2018	
Rango de Edad	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombres	Mujeres
Menor de 30	3.836	1.888	4.413	2.034	4.088	1.900
Entre 30 y <50	4.548	4.062	4.622	4.036	4.693	4.112
50 y más	1.529	877	1.605	942	1.675	1.032
Total	**9.913**	**6.827**	**10.640**	**7.012**	**10.456**	**7.044**
Total %	**59%**	**41%**	**60%**	**40%**	**60%**	**40%**

Fuente: *Sodimac.*

Rotación por zona y edad

(401-1)

Rotación de trabajadores por Zona

	2016		2017		2018	
Zona	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.201	503	1.698	878	1.791	816
Zona Centro	334	173	504	213	619	230
Zona Norte	544	234	560	280	694	266
Zona Sur	620	196	888	328	858	245
Total egresos anual	**2.699**	**1.106**	**3.650**	**1.699**	**3.962**	**1.557**
Tasa Rotación Anual por zona	26,2%	15,9%	33,1%	23,8%	36,5%	21,7%
Rotación promedio anual	**21,1%**		**28,5%**		**29,1%**	

Rotación de Trabajadores por Edad y Sexo

	2016		2017		2018	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	1.781	578	2.312	791	2.362	722
entre 30 y menos de 50	745	460	1.098	768	840	477
50 y más	173	68	240	140	760	358
Total egresos anual	**2.699**	**1.106**	**3.650**	**1.699**	**3.962**	**1.557**
Rotación anual por género	26,2%	15,9%	33,1%	23,8%	36,5%	21,7%
Rotación promedio anual	**21,1%**		**28,5%**		**29,1%**	

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

	2016		2017		2018	
Zona	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	388	199	471	279	536	284
Zona Centro	105	48	151	51	161	63
Zona Norte	203	85	194	81	268	93
Zona Sur	174	52	252	82	228	80
Total egresos anual	**870**	**384**	**1.068**	**493**	**1193**	**520**
Rotación anual por zona	8,40%	5,50%	9,70%	6,90%	10,99%	7,26%
Rotación promedio anual	**6,95%**		**8,30%**		**9,12%**	

Rotación Voluntaria de Trabajadores por Edad y Sexo

	2016		2017		2018	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	189	136	752	280	762	268
entre 30 y < 50	50	17	262	183	248	151
50 y más	631	231	54	30	183	101
Total egresos anual	**870**	**384**	**1.068**	**493**	**1193**	**520**
Rotación promedio anual por género	8,40%	5,50%	9,70%	6,90%	10,99%	7,26%
Rotación promedio anual	**6,95%**		**8,30%**		**9,12%**	

Fuente: *Sodimac.*

Anexo 3

INVENTARIO DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)[1]

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

Sodimac – Huella de Carbono

		2016	2017	2018	
Alcance	Fuente de emisión	$ktCO_2e$	$ktCO_2e$	$ktCO_2e$	%
1	Consumo de Combustibles	6,3	8,4	7,0	1,2%
1	Gases Refrigerantes	1,7	1,5	2,2	0,4%
	Subtotal Alcance 1	**8,0**	**9,9**	**9,2**	**1,6%**
2	Consumo de Energía	58	29	22	3,9%
	Subtotal Alcance 2	**58**	**29**	**22**	**3,9%**
3	Insumos Principales	3,4	3,1	1,9	0,3%
3	Residuos y Reciclaje	2,9	3,0	3,1	0,5%
3	Comercio Electrónico	0,7	0,8	0,9	0,2%
3	Viajes de Negocios	2,6	2,6	3,0	0,5%
3	Transporte de Visitas	239	233	243	43,0%
3	Transporte de Colaboradores	21	22	22	3,9%
3	Transporte de Productos	207	215	257	45,5%
3	Manufactura Combustibles/Energía	0,8	2,3	2,5	0,4%
	Subtotal Alcance 3	**477**	**482**	**533**	**94,4%**
Total de Emisiones de GEI		**543**	**521**	**565**	**100,0%**

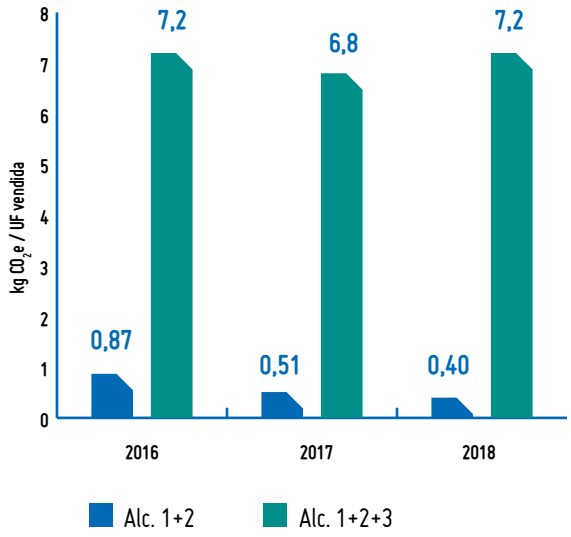
Fuente: *Proyectae.*

1 $ktCO_2e$ corresponde a miles de toneladas de dióxido de carbono equivalente.

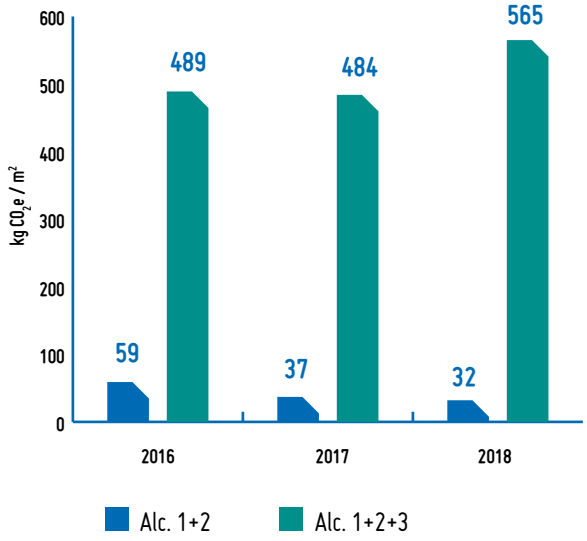
Indicadores de Intensidad de Emisión de Gases de Efecto Invernadero

(305-4)

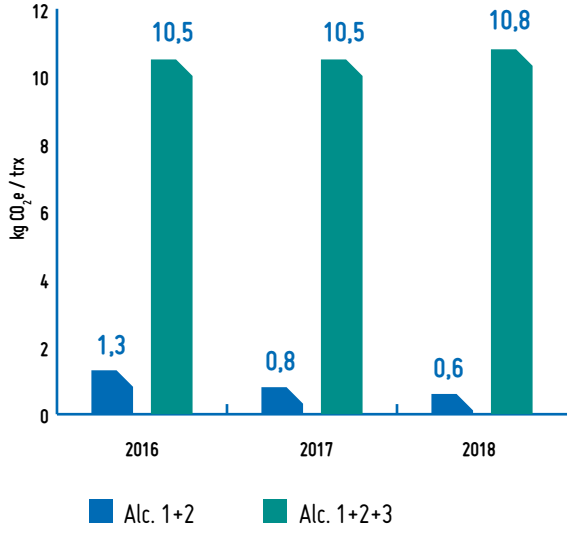
Emisiones de GEI (en $kgCO_2e$) por ventas anuales (en UF)



Emisiones de GEI (en $kgCO_2e$) por superficie construida (en m^2)

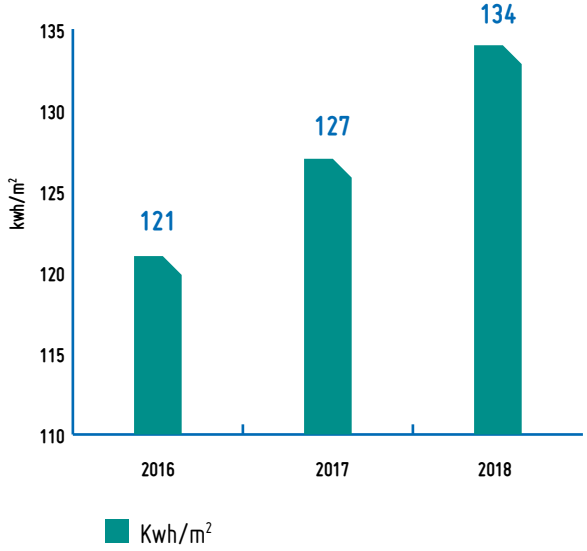


Emisiones de GEI (en $kgCO_2e$) por transacciones totales realizadas (en unidades)



Intensidad Energética (Kwh/m^2)

(302-3)



Fuente: *Proyectae.*

Índice GRI

(102-55)

Estándares 102

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2018 (GRI)			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicador	Página
102 - Contenidos Básicos	102-1	Nombre de la organización.	2
	102-2	a) Descripción de las actividades de la organización. b) Marcas, productos y/o servicios más importantes de la organización, incluyendo una explicación de productos o servicios que están prohibidos en ciertos mercados.	10 a 13
	102-3	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	2
	102-4	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	10
	102-5	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10
	102-6	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	11, 12
	102-7	Determine la escala de la organización, indicando: a) Número de empleados b) Número de operaciones c) Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o los ingresos netos (para las organizaciones del sector público) d) Capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para organizaciones del sector privado) e) Cantidad de productos o servicios que se ofrecen	11, 12, 109
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores: a) Número de empleados, por contrato laboral y sexo b) Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo c) Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo d) Tamaño de la plantilla por región y sexo e) Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como lo empleados y los empleados subcontratados por contratistas f) Comunique todos los cambios significativos en el número de trabajadores (por ejemplo: las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola)	111
	102-9	Describa la cadena de suministro de la organización, incluso cómo los principales elementos se relacionan con las actividades de la organización, las marcas, los productos y los servicios principales.	12, 13, 67
	102-10	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización. a) Cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones. b) Cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado). c) Cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato.	11

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2018 (GRI)			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicador	Página
102 - Contenidos Básicos	102-11	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	14, 16, 18, 21, 22, 27, 29, 30
	102-12	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental o social que la organización suscribe o ha adoptado.	4, 35
	102-13	Elabore una lista de las principales asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	26, 105
	102-14	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordar dicha cuestión.	4 a 7
	102-15	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	8, 27
	102-16	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta y códigos de ética.	9, 42
	102-17	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	42, 68, 82
	102-18	a) Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. b) Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	10, 29, 35, 39, 40
	102-19	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	35, 36, 38, 40
	102-20	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	29, 35, 36
	102-22	Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités: a) Ejecutivos y no ejecutivos b) Independencia c) Antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno d) Número de otros puestos y actividades significativos, y naturaleza de tales actividades e) Sexo f) Miembros de grupos sociales con representación insuficiente g) Competencias relacionados con los efectos económicos, ambientales y sociales h) Representación de Grupos de Interés	35, 37, 38, 40
	102-23	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	35
	102-24	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero (órgano superior de gobierno), entre otros: a) Si se tiene en cuenta la diversidad y de qué modo b) Si se tiene en cuenta la independencia y de qué modo c) Si se tienen en cuenta y de qué modo los conocimientos especializados y la experiencia en los ámbitos económico, ambiental y social d) Si están involucrados los grupos de interés (entre ellos, los accionistas) y de qué modo	35

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2018 (GRI)			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicador	Página
102 - Contenidos Básicos	102-26	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	35, 40
	102-28	a) Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b) Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	30, 35
	102-29	a) Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de debida diligencia. b) Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	14, 40, 42
	102-30	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	30, 45, 46
	102-31	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	35
	102-32	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.	29
	102-35	a) Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección, de acuerdo con los siguientes tipos de retribución: 1. Retribución fija y retribución variable: – retribución basada en el rendimiento – retribución en acciones – primas – acciones de dividendo diferido o acciones transferidas 2. Bonos o incentivos a la contratación 3. lindemnizaciones por despido 4. Reembolsos 5. Pensiones de jubilación, teniendo en cuenta la diferencia entre los regímenes de prestaciones y los tipos de retribución del órgano superior de gobierno, la alta dirección y todos los demás empleados b) Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	35, 41
	102-40	Elabore una lista de los Grupos de Interés vinculados a la organización.	22
	102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	63
	102-42	Indique en qué se basa la elección de los Grupos de Interés con los que se trabaja.	22

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2018 (GRI)			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicador	Página
102 - Contenidos Básicos	102-43	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los Grupos de Interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración del Reporte.	22 a 25, 27, 81
	102-44	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los Grupos de Interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su Reporte. Especifique qué Grupos de Interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	22, 27
	102-45	a) Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b) Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	Tapa 2
	102-46	a) Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido del reporte y la cobertura de cada aspecto. b) Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de Reportes para determinar su contenido.	27
	102-47	Elabore una lista de los temas materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido del informe.	27, 28
	102-48	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en Reportes anteriores y sus causas.	No hay reformulaciones durante el período
	102-49	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a Reportes anteriores.	No hay cambios significativos de alcance y cobertura
	102-50	Periodo objeto del Reporte (año fiscal o año calendario).	Tapa 2
	102-51	Fecha del último Reporte (si procede).	Tapa 2
	102-52	Ciclo de presentación del Reporte (anual, bienal etc.).	Tapa 2
	102-53	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido del Reporte.	Tapa 2, 125
	102-54	Indique qué opción «de conformidad» con los Estándares GRI ha elegido la organización.	Tapa 2
	102-55	Facilite el Índice de GRI de la opción elegida.	117 a 123
	102-56	Facilite la referencia al informe de verificación externa si el Reporte se ha sometido a tal verificación.	2, 124
		a) Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del Reporte b) Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto al Reporte de Sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa c) Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación d) Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para el Reporte de Sostenibilidad de la organización.	2, 124

Índice GRI

Estándares 103, 200-400

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2017 (GRI)			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	**Código Estándares**	**Indicador**	**Página**
103: Enfoque de gestión	103-1	El límite del tema material, incluyendo: i. Donde ocurren los impactos ii. El involucramiento de la organización en los impactos (causa directa, contribución indirecta o causa por relaciones comerciales) iii. Cualquier limitación con respecto al límite	27, 28
	103-2	Explicación de cómo la organización está gestionando el tema: i. Políticas ii. Compromisos iii. Objetivos y metas iv. Responsabilidades v. Recursos vi. Mecanismos de reclamación (ambiental, DDHH, laboral, social) vii. Medidas específicas, como procedimientos, proyectos, programas e iniciativas	14, 16, 18, 42
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión.	30

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	**Código Estándares**	**Indicadores**	**Página**
201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	109, 110
202: Presencia en el Mercado	202-1	Relaciones entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	54
	202-2	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	53
204: Prácticas de Adquisición	204-1	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	67
205: Lucha contra la Corrupción	205-1	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	45
	205-2	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	42, 45, 47
	205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	45, 47
206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	No hay demandas por estas causas durante el período

Categoría MedioAmbiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
302: Energía	302-1	Consumo energético interno.	91
	302-3	Intensidad energética.	116
	302-4	Reducción del consumo energético.	91
305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 1).	91, 115
	305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	91, 115
	305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	91, 115
	305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	91, 116
	305-5	Plan de reducción de emisiones.	91
306: Efluentes y Residuos	306-2	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	94, 95
307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	99
308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	69 a 71
	308-2	a. número de proveedores cuyo impacto ambiental se ha evaluado b. número de proveedores en que se ha determinado que tienen impactos ambientales negativos significativos reales o potenciales c. impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales que se ha descubierto en la cadena de suministro d. porcentaje de proveedores con impactos negativos con los cuales se ha acordado mejoras después de la evaluación e. porcentaje de proveedores con impactos negativos con los cuales se ha puesto fin a la relación como resultado de la evaluación, y explique las razones	69 a 71

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
401: Empleo	401-1	Número y tasas de contratación y rotación media de empleados, desglosados por grupo etáreo, sexo y región.	113, 114
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	56 a 59
403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-2	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y ausentismo, y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y por sexo.	61
404: Capacitación y Educación	404-1	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	49 a 51
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	50, 51, 52
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	52
405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la planilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencias a minorías y otros indicadores de diversidad.	37, 112
	405-2	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativos de actividad.	54

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	**Código Estándares**	**Indicadores**	**Página**
406: No Discriminación	406-1	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	44
407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	63, 71
412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos.	42
413: Comunidades locales	413-1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	86, 103
	413-2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	103
414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios sociales.	71
	414-2	a. número de proveedores cuyo impacto social se ha evaluado b. número de proveedores en que se ha determinado que tienen impactos sociales negativos significativos reales o potenciales c. impactos sociales negativos significativos reales y potenciales que se ha descubierto en la cadena de suministro d. porcentaje de proveedores con impactos negativos con los cuales se ha acordado mejoras después de la evaluación e. porcentaje de proveedores con impactos negativos con los cuales se ha puesto fin a la relación como resultado de la evaluación, y explique las razones	69, 70
415: Política Pública	415-1	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	Sodimac no realiza contribuciones políticas
416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos, cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	72 a 75, 85
417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetos a tales requisitos.	73
	417-2	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	85
	417-3	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing (mercadotecnia), tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	85
418: Privacidad de los clientes	418-1	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	85
419: Cumplimiento Regulatorio	419-1	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	85

Carta de Verificación EY

(102-56)

EY
Building a better working world

EY Chile
Avda. Presidente Riesco 5435, oficina A,
Los Condes, Santiago

www.ey.com/cl

Informe de Verificación Limitada e Independiente del Reporte de Sostenibilidad de Sodimac 2018

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 2018 de Sodimac S.A., el cual tiene por alcance temporal el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2018 y el 31 de diciembre de 2018. 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.

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 Standards.

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. 2018 estén debidamente respaldados por evidencias.
- Determinar que Sodimac S.A. haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2018 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 2018, 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, 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 con el objetivo de evaluar el proceso de elaboración del Reporte, la definición de su contenido y conocer los sistemas de información utilizados.
- Revisión de la documentación de respaldo proporcionado por Sodimac.
- Revisión de fórmulas y cálculos asociados a la información cuantitativa, mediante reproceso de datos.
- Revisión de la redacción del Reporte, a objeto de asegurar que la interpretación no induzca a errores o dudas respecto a lo presentado.

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 2018 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 2018 de Sodimac S.A. no están presentados de forma correcta.
- El Reporte 2018 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 cumple 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.

Saludamos atentamente a usted,

EY Consulting SpA.

Eduardo Valenzuela N.
Socio Líder PI Advisory
26 de Abril de 2019
1.0025.019

FMS/pmc
00241990

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)*

- ☐ Accionistas
- ☐ Trabajadores
- ☐ Clientes
- ☐ Proveedores
- ☐ Comunidad
- ☐ ONG
- ☐ Prensa

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.*

- ☐ Gobierno
- ☐ Trabajadores
- ☐ Proveedores
- ☐ Clientes
- ☐ Medioambiente
- ☐ Comunidad

3. **A su juicio ¿Cuál es el tema que le faltó profundidad?** *Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos importante y 5: el más importante.*

- ☐ Desempeño económico
- ☐ Relación con el gobierno
- ☐ Relación con los trabajadores
- ☐ Relación con los proveedores
- ☐ Relación con los clientes
- ☐ Impacto medioambiental
- ☐ Relación con las comunidades

Glosario

Aspectos Materiales

Son aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, junto a los que influirían notablemente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Para determinar si un aspecto es material es recomendable llevar a cabo un análisis cualitativo, una evaluación cuantitativa y debatir sus resultados (Fuente: GRI-G4; Definición de palabras).

Aprovisionamiento Responsable

Incorporación al interior de una organización de políticas y buenas prácticas de abastecimiento y trato justo con sus proveedores. Esto se logra estableciendo sistemas de evaluación y selección de proveedores con criterios ambientales y sociales que aseguren adecuadas condiciones de pago y que promuevan alianzas de mutuo interés.

Auditoría

Proceso mediante el cual se verifica el cumplimiento de una cierta norma o estándar que puede ser de calidad, medioambiental, social u otro. La culminación del mismo puede ser una certificación conforme a una norma, por ejemplo, la ISO 9001 o ISO 14000. La tendencia es que las auditorías de responsabilidad social integren aspectos de calidad, estándares medioambientales y estándares sociales.

Benchmarking

Comparación de los sistemas, procesos, resultados o buenas prácticas de una empresa con los de otras empresas del mismo sector u otros sectores. Permite conocer tendencias y/o identificar oportunidades de mejora.

Biodiversidad

Describe una amplia variedad de ecosistemas y patrones naturales que la conforman como resultado de numerosos procesos evolutivos, diferencias genéticas en cada especie y las interacciones con el entorno como base de la vida en el planeta.

Cambio Climático

El cambio climático corresponde al aumento de la temperatura media del planeta, atribuido directamente a la actividad humana, que altera la composición de la atmósfera elevando las temperaturas, sumándose a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Código de Conducta

Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con las partes interesadas que deben ser aplicadas en todas sus operaciones. Al contrario de las obligaciones legales, los Códigos de Conducta son voluntarios, adoptados como parte del compromiso de responsabilidad social de la empresa, buscando ofrecer una guía a los directivos y empleados para abordar los dilemas que surgen en el día a día cuando la toma de decisiones morales tiene implicancias económicas. Muchas empresas han comenzado a ampliar el espectro del Código a su cadena de abastecimiento.

Desarrollo Sostenible

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Ello involucra abordar los factores económicos, sociales y ambientales y su interdependencia en la toma de decisiones y actividades de una organización.

Diálogo con los Grupos de Interés

También llamado “stakeholders engagement”, es el proceso a través del cual una empresa consulta a sus “Grupos de Interés” o “Partes Interesadas” para conocer sus expectativas e incorporarlas a sus estrategias y planes de Sostenibilidad.

Economía Circular

Modelo económico y productivo en el que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantiene en la economía durante el mayor tiempo posible, y se reduce al mínimo la generación de residuos (definición de la Comisión Europea). Se basa en la gestión de los residuos a través de las 3R (reducir, reciclar, reutilizar). La idea subyacente es que el actual flujo lineal de los materiales (recursos-producto-residuos) necesita ser transformado en un flujo circular (recurso-producto-recursos reciclado).

Eficiencia Energética

Son todas aquellas prácticas o actividades que reducen la cantidad de energía utilizada para producir una unidad de bien o servicio, o para alcanzar los requerimientos energéticos asociados a un nivel dado de confort (Definición del Word Energy Council).

Gases Efecto Invernadero (GEI)

Fenómeno por el cual ciertos gases que componen la atmósfera del planeta retienen parte de la energía que el suelo emite al ser calentado por la radiación solar. Este proceso se ve acentuado con las emisiones y alta concentración, principalmente de CO_2 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, el GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser la instancia verificadora de la nueva norma ISO 26000 o de Responsabilidad Social. En mayo de 2013 entró en vigencia la Cuarta Guía del GRI denominada G-4, cuyo uso se hizo obligatorio a partir de enero de 2016. Hasta el 31 de diciembre de 2015, las empresas podían usar en período de transición la versión G3.1.

Gobierno Corporativo

Se refiere a la forma cómo la empresa o institución es liderada y gestionada desde el punto de vista estratégico y de la cultura organizacional, basado en principios éticos e incorporando la cultura de la sostenibilidad en la toma de sus decisiones.

Huella de Carbono

Es una medida del impacto que tienen las actividades humanas sobre el clima global y está expresado en términos de la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio. Para simplificar su presentación y comparabilidad, las emisiones de los diferentes GEI (vapor de agua, dióxido de carbono, metano, óxidos de nitrógeno, ozono y clorofuorocarbonos) se expresan en toneladas equivalentes de CO_2 (CO_2-e).

Involucramiento de las Partes Interesadas

Cualquier actividad o actividades adoptadas buscando crear oportunidades de diálogo entre la organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de entregar una base informada para las decisiones de la organización.

Innovación

Transformación de una idea en un producto (bien o servicio) o en un proceso operativo nuevo o mejorado. Si el conocimiento del entorno es una de las bases de la innovación, el conocimiento de las expectativas de los Grupos de Interés puede ser un insumo importante en el proceso de innovación empresarial.

ISO 26000

Normativa desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), también conocida como Norma de Responsabilidad Social. La Norma ISO 26000 ha elaborado una guía que entrega orientaciones sobre Responsabilidad Social, generales y no específicas, a fin de respetar la cultura y legislación de cada país. Por tanto, no es una norma de sistema de gestión. Asimismo, no está elaborada para la certificación o auditoría de una tercera parte, sino que es verificable. Además, es útil para cualquier tipo de organización, tanto privada como pública, grande o pequeña, con o sin fines de lucro y para países en desarrollo como países desarrollados.

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

Informe elaborado por la empresa para dar a conocer los resultados de la gestión en el ámbito económico, social y ambiental. Incluye información sobre sus actividades e impactos en estos tres ámbitos a lo largo del periodo cubierto por el informe. Es una herramienta de transparencia informativa, con la que se pretende informar y comunicar a los Grupos de Interés de la empresa sobre su impacto en empleados, clientes, proveedores, comunidad y medioambiente, e incentivar el diálogo entre ambas partes. Generalmente cubren las siguientes áreas claves: principios éticos, mercados de productos y capitales, entorno laboral, derechos humanos, medioambiente y comunidad. En el ámbito de la comunicación sobre sostenibilidad, el Global Reporting Initiative (GRI), es un estándar globalmente aceptado internacionalmente por empresas de todo tamaño y sector para la elaboración de sus informes.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible —aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre de 2015 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas— entraron en vigor oficialmente el 1 de enero de 2016. Con estos nuevos objetivos de aplicación universal, en los próximos 15 años los países intensificarán los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático garantizando, al mismo tiempo, que nadie se quede atrás. Más información en http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Iniciativa internacional de adhesión voluntaria en el compromiso ético, cuyo objetivo es que todas las empresas o entidades de cualquier país incorporen como parte de su estrategia y operaciones los Diez Principios de Conducta centrados en las áreas de los Derechos Humanos, Trabajo, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción (www.unglobalpact.org).

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)

Entidades o individuos que pueden resultar afectados de manera significativa por las actividades, productos o servicios de la organización, y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Se incluyen aquí las entidades o los individuos cuyos derechos, en virtud de una ley o un acuerdo internacional, les permiten plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización.

Entre los grupos de interés pueden encontrarse aquellos que mantienen una relación económica con la organización (por ejemplo, empleados, accionistas o proveedores) y los que tienen otro tipo de relación (como los grupos vulnerables dentro de comunidades locales o la sociedad civil). Fuente: GRI-G4; Definición de palabras.

Procedimiento Operativo Estándar (POE)

Los Procedimientos Operativos Estándar son documentos que permiten estandarizar la forma de hacer las cosas en Tiendas, Centros de Distribución u Oficinas de Apoyo de Sodimac Chile, lo que hace más simple la capacitación y se puede maximizar tiempo y recursos.

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Retail

Sector económico que abarca a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios a grandes cantidades de clientes. En este negocio se incluyen tiendas y especialmente las grandes cadenas de locales comerciales como supermercados, tiendas por departamentos, artículos para el hogar, ferretería, farmacias y librerías, entre otros.

Sostenibilidad

Uso de los recursos naturales y energías de forma racional y responsable; esto es, permitiendo y potenciando su renovación y evitando la extinción de recursos naturales u organismo de la flora o fauna. También se entiende como el crecimiento de una organización teniendo en cuenta la Responsabilidad Social con los entornos y grupos humanos donde la empresa opera. Como parte de los acuerdos tomados en la elaboración de la norma ISO 26.000 o de Responsabilidad Social, se ha decidido normar el uso del concepto sostenibilidad en reemplazo de sustentabilidad.

Transparencia

Apertura sobre acciones e impactos de una organización, y la voluntad de comunicarlos de manera clara, exacta y completa.

Verificación

Revisión de los procesos y sistemas de una organización por parte de terceros independientes, con el objeto de asegurar el cumplimiento de ciertos estándares o normas. Por ejemplo, en el caso de informes de sustentabilidad, se trata de una revisión del mismo por terceras partes independientes que dan fe de que la información contenida en el informe es veraz y refleja la realidad de la empresa.

Diseño y producción:
Espacio Vital
www.espaciovital.cl

Redacción y edición de texto:
Transparentia Consultores

Fotografía:
Archivo Fotográfico Sodimac

SODIMAC®

www.sodimac.com