

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017



Mejoramos la calidad
de vida de las personas



Comprometidos con
la construcción y el
progreso de las personas.



Tabla de contenido

1	Carta del Gerente General.....	5
1.1	Carta del Gerente Regional.....	6
	Uruguay.....	6
2	Perfil de Sodimac	7
2.1	Sodimac Argentina y Uruguay	10
2.2	Tiendas, productos y servicios	11
2.3	Alianzas, premios	14
	y reconocimientos	14
3	Sostenibilidad, diálogo y transparencia	16
3.1	Compromiso con la Sostenibilidad.....	16
3.2	Lineamientos de Sostenibilidad.....	17
3.2.1	Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	18
3.2.2	Pacto Global de Naciones Unidas.....	19
3.2.3	Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.....	20
3.2.4	ISO 26000.....	21
3.3	Gestión de la Sostenibilidad	21
3.3.1	Index de Sostenibilidad.....	23
3.4	Nuestros Grupos de Interés.....	24
3.5	Sobre el reporte	26
3.5.1	Aspectos materiales	26
4	Gobierno, Ética e Integridad	30
4.1	Gobierno Corporativo	31
4.1.1	Nuestra Estructura	32
4.2	Ética Empresarial	33
4.2.1	Código de Ética.....	33
4.2.2	Canal Resguarda.....	34
4.2.3	Canal de Integridad Corporativo Sodimac.....	35
4.3	Gestión de Riesgos.....	35
4.4	Derechos Humanos.....	37
5	Desempeño Económico.....	38
5.1	Nuestro Desempeño Económico	39
5.1.1	Valor Económico Generado y Distribuido	39
6	Nuestros Colaboradores.....	40
6.1	Inclusión, Diversidad y No Discriminación	42
6.1.1	Empleabilidad e Inclusión Social.....	47
6.2	Gestión del Talento y Desarrollo Profesional	48
6.2.1	Modelo de Competencias	48
6.2.2	Evaluación de Desempeño.....	48
6.2.3	Política de Movilidad Interna Corporativa	50
6.3	Formación	50
6.4	Clima Laboral.....	52
6.4.1	Puertas Abiertas	53

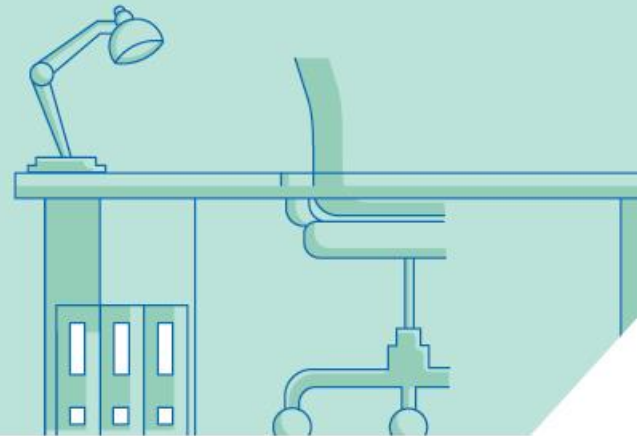
6.4.2 Reconocimientos.....	54
6.5 Calidad de Vida.....	55
6.6 Relación con Sindicatos y Estructura Salarial.....	57
6.7 Seguridad y Salud Laboral.....	58
6.7.1 Educación y Fomento de la Seguridad.....	59
6.7.2 Tasa de Accidentalidad, Enfermedades Profesionales y Ausentismo.....	60
7 Nuestros Clientes.....	61
7.1 Comercio y Marketing Responsable.....	63
7.1.1 Nuestras Campañas.....	64
7.2 Omnicanalidad, nueva experiencia de compras.....	66
7.3 Escuchamos a nuestros clientes.....	67
7.3.1 Programa Promotor.....	67
7.3.2 Sodimac en la Redes Sociales.....	69
7.4 Circulo de Especialistas Sodimac (CES).....	70
8 Nuestros Proveedores.....	71
8.1 Gestión de proveedores y transparencia comercial.....	72
8.2 Gestión de proveedores y transparencia comercial.....	73
8.3 Calidad y seguridad de los productos.....	73
8.3.1 Integración a Sedex.....	74
8.3.2 Vendor Compliance.....	74
8.3.3 Visita a plantas de proveedores.....	75
8.4 Compras inclusivas.....	76
9 Compromiso con la Comunidad.....	78
9.1 Voluntariado Corporativo.....	81
9.2.1 Brigada Solidaria del Círculo de Especialistas.....	83
9.3 Donaciones y Campañas Solidarias.....	83
10 Compromiso con el Medioambiente.....	84
10.1 Gestión Ambiental.....	85
10.2 Uso eficiente de los recursos.....	85
10.3 Gestión de residuos.....	86
10.4 Concientización Ambiental.....	87
Índice de contenidos GRI.....	89





1 Carta del Gerente General

Pablo Ardanaz
Gerente General
de Sodimac Argentina
y Uruguay



Con orgullo les presento el tercer Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Argentina y Uruguay correspondiente al año 2017 a través del cual buscamos rendir cuentas de nuestro desempeño económico, social y ambiental, a la vez que comunicar los compromisos y los logros que hemos alcanzado en el marco de nuestra política de sostenibilidad.

Durante el 2017, Sodimac consolidó su posición como la Casa de Latinoamérica incorporando la sostenibilidad en la estrategia del negocio. En Argentina y Uruguay continuamos ganando participación de mercado, avanzamos en la capacidad de escucha a nuestros grupos de interés y continuamos midiendo nuestra integración a la sostenibilidad a través del *Index* de Sostenibilidad considerando las mejores prácticas a nivel mundial y en cómo cada área de la organización gestiona los temas estratégicos.

Al mismo tiempo, a través de este tercer Reporte de Sostenibilidad asumimos un nuevo desafío: comenzar a entender y definir prioridades para comenzar a incorporar a nuestra gestión los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) correspondientes a la Nueva Agenda de Desarrollo 2030.

A partir del mismo, podrán conocer lo que hacemos, los compromisos que asumimos y los resultados de nuestras acciones, invitándolos a que nos hagan llegar sus opiniones y comentarios, los cuales nos permitirán seguir creciendo y mejorando.





1.1 Carta del Gerente Regional Uruguay



Gregorio Odriozola
Gerente Regional de Sodimac Uruguay

Desde el desembarco de Sodimac en Uruguay, junto a un gran equipo de personas, trabajamos en ser la empresa más querida, admirada y respetada por la comunidad, clientes, colaboradores y proveedores. Hoy, ya con tres tiendas abiertas al público, logramos establecer la empresa en Uruguay mejorando la calidad de vida de todos los uruguayos a través del mejoramiento de sus hogares.

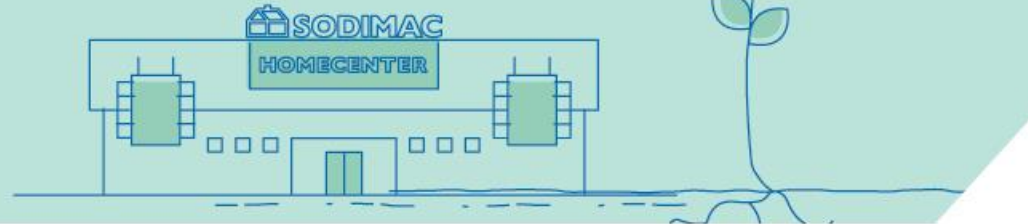
En 2017 ocupando el séptimo puesto, nos consolidamos como una de las mejores empresas para trabajar en el país según el ranking de *Great Place to Work*. Esta enorme muestra de confianza es una prueba más de que nuestra pasión y compromiso por nuestra gente es uno de nuestros principales pilares estratégicos.

Finalmente, no quiero dejar de agradecer a todos los que forman parte de la “familia Sodimac” quienes han trabajado fuertemente en la consolidación de la empresa en el país bajo un marco de compromiso y transparencia con la responsabilidad social lo que la ha transformado en una gran empresa para trabajar.





2 Perfil de Sodimac



Contenidos GRI

102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-12, 102-13, 102-14, 102-15, 102-16

Somos la cadena de tiendas líder en Latinoamérica en la venta de artículos para la construcción y mejoramiento del hogar.

Sodimac es una empresa que opera en el retail, industria donde alcanzó una posición de liderazgo en el mercado de tiendas para el mejoramiento del hogar. Nuestra actividad se focaliza en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de construcción de nuestros clientes, además de satisfacer las necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares.

Excelencia
en el servicio

Integridad
en el trabajo

Compromiso
con la comunidad

Desde hace más de 60 años diseñamos, construimos y operamos tiendas que resuelven íntegramente las necesidades de mejoramiento del hogar, como también de abastecimiento de productos y servicios para empresas y profesionales de la construcción. Con un modelo que se internacionalizó, Sodimac comenzó en Chile llegando a Colombia, Perú, Argentina, Brasil y Uruguay, consolidando su presencia en América Latina con el anuncio de su ingreso a México en el 2016.

Más de 1.680.000 m² de superficie de ventas



+41.000
trabajadores
en Sodimac
Latinoamérica

6
Operaciones
en 6 países

236
Puntos de
Venta





Operamos distintos conceptos de ventas y servicios complementarios para nuestros clientes:



Somos parte del grupo Falabella S.A. cuya inspiración es el servicio. Estamos orgullosos de ser una organización diversa, de vocación global donde nuestras diferencias y múltiples estilos culturales se constituyen en un verdadero aporte para alcanzar nuestro propósito: **Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.**

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.

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.**

En la búsqueda de este ideal y objetivo común, nuestras acciones y decisiones se alinean a los valores que los inspiran.

Nuestros Valores

Son la base que marca nuestras relaciones y la forma de hacer negocios. Representan aquello en lo que creemos y trazan el camino que nos permite llevar adelante nuestra misión. Constituyen los principios, objetivos y prioridades estratégicas sobre los cuales se construye nuestra empresa.

Nuestros Valores guían nuestro comportamiento, y encuentran su base en una actitud simple y profunda:

R	E	I	R
RESPECTO Diversidad y Trabajo en Equipo.	EXCELENCIA Excelencia en el servicio al cliente, espíritu emprendedor e innovador, rentabilidad para los accionistas.	INTEGRIDAD Honestidad y Transparencia.	RESPONSABILIDAD Cuidado y desarrollo de nuestra gente y Responsabilidad Social.
Somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.	Somos orientados al servicio, poniendo al cliente en el centro siempre. Hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser cada vez mejores.	Somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que decimos y hacemos.	Somos responsables en todas nuestras relaciones, haciéndonos cargo de todo lo que hacemos y los impactos que generamos en el presente y futuro.





Excelencia en el servicio al cliente, relaciones confiables con nuestros proveedores, honestidad e integridad de nuestros colaboradores y compromiso con la comunidad en la que nos insertamos son la base de nuestro accionar.

Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar del grupo SACI Falabella, uno de los principales conglomerados de retail de América Latina.

	2017	2016	2015
Brasil			
Puntos de Venta	57	56	59
Trabajadores	3.317	2.989	3.150
Superficie de venta m2	167.434	147.573	142.798
Chile			
Puntos de Venta	74	85 ¹	72
Trabajadores	18.125	17.238	17.783
Superficie de venta m2	669.775	636.849	636.849
Perú			
Puntos de Venta	56	56	57
Trabajadores	9.995	9.348	9.633
Superficie de venta m2	371.714	342.942	372.401
Colombia			
Puntos de Venta	38	38	35
Trabajadores	8.448	8.290	7.958
Superficie de venta m2	368.383	376.888	342.282

¹ Se incluyen las cifras de la filial Imperial que tiene 14 tiendas.



2.1 Sodimac Argentina y Uruguay

Con el foco puesto en reformular la propuesta comercial, en Sodimac Argentina continuamos trabajando con el objetivo de digitalizar la organización y mejorar los procesos, avanzando en la capacidad de escucha de los clientes y en la eficiencia operacional, atentos a la evolución del mercado para acompañar el desarrollo del país y dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes.

En Sodimac Uruguay trabajamos en la mejora de los indicadores operacionales, con importantes avances en varios de ellos, incluyendo aquellos relativos a la gestión de las personas. Durante el ejercicio, se logró hacer crecer el negocio y captar una mayor cuota de mercado, así como un cada vez más extenso reconocimiento de la marca.



	2017	2016	2015
Argentina			
Puntos de Venta	8	8	8
Trabajadores	1.503	1.519	1.619
Superficie de venta m2	85.941	83.736	83.736
Uruguay			
Puntos de Venta	3	3	2
Trabajadores	423	375	359
Superficie de venta m2	24.849	24.319	19.211





2.2 Tiendas, productos y servicios

En Sodimac trabajamos con el objetivo de ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción. Nuestro desafío es inspirar a nuestros clientes y hacerles propuestas accesibles para mejorar su calidad de vida en sus propias casas.



Hemos implementado una exitosa estrategia de segmentación de mercado. Para ello, hemos establecido distintos tipos de formato de negocios y servicios complementarios ofrecidos a nuestros clientes. La propuesta actual procura incorporar en un solo lugar todos los formatos de venta, sin embargo, cada uno de éstos tiene estrategias particulares que están orientadas a servir de la mejor manera a nuestros clientes.



Formato de Venta Sodimac

Mercados	Mejoramiento del Hogar		
	Mantención y Reparación del Hogar		
	Obras Nuevas		
	Familias		
	Maestros		
	Empresas		
	Clientes		Considerado un lugar predilecto por dueños de casas que buscan productos y soluciones para equipar, remodelar, decorar y mejorar sus hogares, donde se ofrecen más de 20.000 productos en los que se privilegia la variedad, exclusividad y excelencia en el servicio de atención al cliente.
			Orientado a atender las necesidades de remodeladores, contratistas, arquitectos, especialistas e instaladores. Focalizado en contar con un amplio surtido y stock adecuado, brindando siempre un asesoramiento profesional en el servicio de atención al cliente.
		Tiendas	Es el área especializada de Sodimac para atender el mercado de las empresas. Su especialidad es vender productos por grandes volúmenes, ya sea de procedencia nacional o de importación, y de esta manera lograr economías de escala que permitan disminuir costos.
		VENTA EMPRESAS	
			Llevamos a cabo monitoreos permanentes de los beneficios del mercado retail para mantener los precios más convenientes y las mejores promociones. Adicionalmente a las rebajas y promociones disponibles en nuestras tiendas, se pueden aprovechar descuentos especiales exclusivos para venta online o telefónica. Sodimac.com es 100% seguro ya que garantizamos la seguridad transaccional de nuestros clientes a través del sistema SSL (Security Socket Layer), uno de los estándares de protección de datos más rigurosos del mundo.
		Nuestros clientes encuentran una solución completa a sus necesidades, ya que nuestras tiendas ofrecen calidad, asesoramiento, venta y despacho de productos. Todas nuestras tiendas poseen los siguientes departamentos:	
		<ul style="list-style-type: none"> - Maderas - Aberturas - Ferretería - Herramientas - Plomería - Iluminación - Electricidad - Pisos y Revestimientos - Baños y Cocinas - Bazar - Muebles y Organizadores - Textil y Jardín 	
		Además, contamos con otros departamentos que brindan servicios especializados a nuestros clientes, tales como:	
		<ul style="list-style-type: none"> - Servicios Especiales - Venta a Empresas 	



Marcas Propias

Las **marcas propias de Sodimac** están presentes en todos los países donde operamos siendo una oferta atractiva para nuestros clientes de modo que, gracias a su preferencia, siguió aumentando su porcentaje de participación en las ventas totales.






2.3 Alianzas, premios y reconocimientos

Sodimac considera relevante generar alianzas y establecer relaciones con diferentes organizaciones, así como contribuir al desarrollo de políticas públicas. La empresa intercambia mejores prácticas y aporta su experiencia y conocimientos mediante su participación en diversas iniciativas.



- ✓ Premio Impulsores de Impacto Social 2017 otorgado por Red Activos.
- ✓ Obtuvimos el 6^{er} puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Argentina, del ranking *Great Place to Work* (GPTW).
- ✓ Obtuvimos el 7^{to} puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Uruguay, del ranking *Great Place to Work* (GPTW).
- ✓ En Sodimac Argentina continuamos trabajando en Sedex, buscando impulsar mejoras en las prácticas en cuanto a ética y responsabilidad en la cadena de suministro.
- ✓ Desde Grupo Falabella Argentina, asumimos un nuevo compromiso adhiriéndonos a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres con el objetivo de “lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas”.





Iniciativa del Pacto Global de Naciones Unidas y ONU Mujeres 

Comprometidos con los Principios para el **Empoderamiento de las Mujeres**

Desde Grupo Falabella asumimos un nuevo compromiso público con la firma de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres con el objetivo de

“LOGRAR LA IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS Y EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES Y NIÑAS”.

Redoblamos nuestro esfuerzo de empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad, desde un enfoque de igualdad de género, encuadrándolo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.


Argentina

GREAT PLACE TO WORK® 2017
Los Mejores Lugares para Trabajar™

¡Celebremos juntos!

puesto n° **6**

Felicitaciones por ser parte de una de las mejores empresas para trabajar de la Argentina.

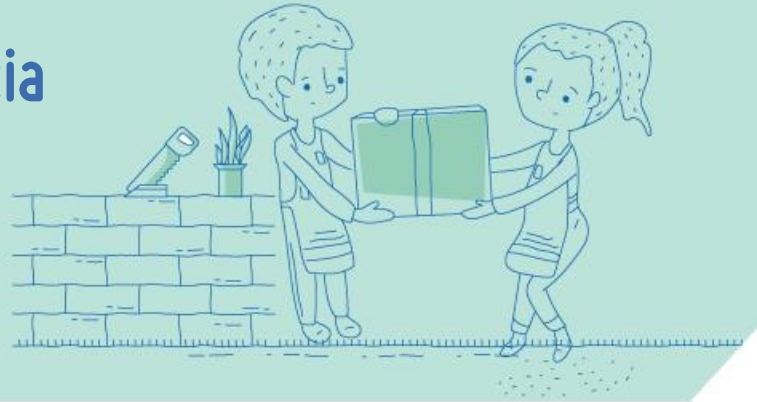
Vos marcaste la diferencia





La firma de los Principios para el **Empoderamiento de las Mujeres** nos permite reforzar los esfuerzos de empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad, desde un enfoque de igualdad de género, encuadrándolo en los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030**.

3 Sostenibilidad, diálogo y transparencia



Contenido GRI

102-20, 102-21, 102-29, 102-32, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-47, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 103-1, 103-2, 103-3

3.1 Compromiso con la Sostenibilidad

Vinculamos el crecimiento y desarrollo de nuestra actividad comercial con las mejores prácticas locales e internacionales en materia de sostenibilidad.

Desde la elaboración de nuestro primer reporte de sostenibilidad hace ya 3 años, hemos avanzado desde el desarrollo de iniciativas aisladas a la incorporación de la sostenibilidad en nuestra estrategia de desarrollo. En Sodimac concebimos el negocio como un avance continuo equilibrando nuestro desempeño económico, social y medioambiental e incorporando en este compromiso a todos nuestros grupos de interés.

2007	 <p>APOYAMOS EL PACTO GLOBAL</p>	Sodimac S.A. y todas sus sucursales adhieren al Pacto Global de Naciones Unidas
2015		Primer Reporte de Sostenibilidad Sodimac Argentina y Uruguay Sodimac Argentina asume su compromiso en materia de sostenibilidad adhiriendo formalmente a los 10 Principios del Pacto Global
2016		Política de Sostenibilidad Comité de Sostenibilidad Primera Medición <i>Index</i> de Sostenibilidad @Reporte Sostenibilidad 2016
2017		Sodimac Argentina Adherimos a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

3.2 Lineamientos de Sostenibilidad

Sodimac desarrolló una **Política de Sostenibilidad Corporativa**, lanzada en 2016, que unifica los compromisos de la empresa en todas sus unidades de negocio.

Como primer paso para elaborar esta política, se identificaron las partes interesadas prioritarias y se definieron compromisos explícitos con estos públicos. De esta manera, procuramos abordar los temas más relevantes para cada grupo como parte de su relacionamiento.



Política de Sostenibilidad

Somos una organización dedicada al mejoramiento del hogar, hemos crecido contamos con distintas empresas y formatos que conforman nuestra identidad. Hoy somos Sodimac, Maestro, Dico, Imperial, Nomy, Constructor, Homecenter, Constructer y juntos tenemos una gran historia, que seguirá sumando y creciendo en personas y países, con un fuerte sentido de colaboración. Todos somos parte del grupo de empresas Falabella cuya inspiración es el servicio. Estamos orgullosos de ser una organización diversa, de vocación global donde nuestras diferencias y múltiples culturas se constituyen en un verdadero aporte para alcanzar nuestro propósito: Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.

Nuestra **VISION**: Desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo las mejores prácticas, servicios y asesoría al mejor precio del mercado, para mejorar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes, como **VISION** por 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 y **VALORES**: Son la base que marca nuestras relaciones y la forma de hacer negocios. Nuestros valores representan aquello en lo que creemos, trazan el camino que nos permite llevar adelante nuestra misión.

R E I R

Respeto
Excelencia
Integridad
Responsabilidad

En consecuencia, declaramos formalmente los compromisos de nuestra Política de Sostenibilidad en las siguientes dimensiones:

NUSTROS TRABAJADORES

Trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo laboral, seleccionamos transparentemente a los trabajadores y al respecto a la libertad sindical, fomentamos el diálogo como mecanismo esencial de relacionamiento, participación y estilos de liderazgo modernos, con énfasis en el desarrollo y aprendizaje continuo, calidad de vida y bienestar integral al cuidado y la seguridad de nuestros trabajadores, al respecto a la dignidad de los partners, la diversidad y fomentamos un sano orgullo de pertenecer a nuestra compañía.

NUSTROS CLIENTES

Preparamos el cliente en el camino de nuestro quehacer, a través del comercio y marketing responsable, asegurando la disponibilidad, la calidad y la seguridad de nuestros productos, respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas, cumpliendo nuestras promesas, aplicando prácticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor separación en servicios.

NUSTRAS PROVEEDORAS

Trabajamos a nuestros proveedores de manera transparente y justa, egitimados por un marco general que se funda en el concepto de apoderamiento responsable, desarrollamos relaciones de largo plazo, como socios estratégicos de nuestra cadena de valor, realizando acciones que valores, transformen y permitan la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de selección que contribuye al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.

CONDUCTA CORPORATIVA Y ÉTICA EMPRESARIAL

Valoramos por el comportamiento ético y transparente y por el cumplimiento normativo en nuestro desempeño económico, social y medioambiental, exigentes por los estándares 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 nuestros canales internos para la gestión diaria de la compañía.

COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

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

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Buscamos construir una relación mutua, nuestra identidad, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos en las comunidades donde operamos, promoviendo el acceso a productos y servicios a sectores de mayores ingresos que le permitan mejorar el bienestar y su calidad de vida, fomentando la empleabilidad local, ofreciendo capacitaciones a clientes y comunidades, potenciando la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo y realizando alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.

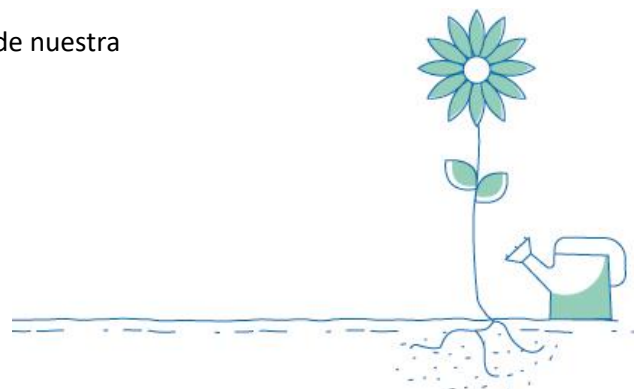
La Declaración de Sostenibilidad es la responsable de gestionar e impulsar esta Política, convirtiéndola en una realidad periódica. Tiene como tarea difundir y promover las actividades de esta a todos nuestros grupos de interés, con la finalidad de alcanzar una mejora continua, a través del seguimiento y medición de los objetivos que permitan alcanzar mayores estándares de sostenibilidad en nuestro negocio.

En la empresa declaramos la sostenibilidad como un compromiso transversal de toda nuestra organización, constituyendo uno de los pilares esenciales de nuestra estrategia de desarrollo, por lo que es responsabilidad de todos y cada uno de los trabajadores de la compañía, conocer y poner en práctica estos lineamientos.

Mediante nuestra Política buscamos alinear los esfuerzos de Sodimac con los instrumentos internacionales de sostenibilidad.

Sodimac desarrolla su Política de Sostenibilidad bajo lineamientos internacionales como la ISO 26000, los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI), con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible, gestionando transversal y sistemáticamente las dimensiones económica, social y medioambiental de nuestro negocio; buscando no sólo crecer en el ámbito económico, sino que también en el ámbito social y medioambiental; procurando mitigar los eventuales efectos negativos que se deriven de nuestras operaciones y potenciando sus efectos positivos.

En consecuencia, declaramos formalmente los compromisos de nuestra Política de Sostenibilidad en las siguientes dimensiones:



Relaciones Laborales	Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	Comercio y Marketing Responsable
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad de vida y clima laboral ✓ Diversidad e inclusión ✓ Capacitación y desarrollo profesional ✓ Relaciones laborales y diálogo con los sindicatos ✓ Salud y seguridad laboral ✓ Remuneraciones, beneficios y compensaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lineamientos y gestión de sostenibilidad ✓ Ética, DDHH y probidad ✓ Rendición de cuentas y transparencia ✓ Gestión de riesgos ✓ Relacionamiento con grupos de interés ✓ Innovación y desarrollo ✓ Desempeño económico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia de compra ✓ Información del producto ✓ Comercio electrónico ✓ Educación y consumo responsable ✓ Responsabilidad con el cliente
Compromiso con la Comunidad	Aprovisionamiento Responsable	Medioambiente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de la comunidad ✓ Empleabilidad local ✓ Inclusión y comercio local 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de proveedores ✓ Innovación ✓ Canales de atención y reclamos ✓ Apoyo a pymes ✓ Control de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Huella de carbono ✓ Eficiencia energética ✓ Productos sostenibles ✓ Gestión de residuos ✓ Logística y transporte eficiente

3.2.1 Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que fueron suscritos por Sodimac Argentina y Uruguay definen prioridades de desarrollo sostenible a nivel mundial y aspiraciones para el 2030. El logro de estos objetivos y metas requiere un trabajo en alianza del sector público, el privado y la sociedad civil.

Desde Sodimac estamos comprometidos con los ODS y, utilizando la herramienta *SDG Compass* del Pacto Global, WBCSD y GRI, llevamos adelante un proceso de entendimiento y análisis de los objetivos y metas vinculadas con el quehacer de nuestro negocio, tanto para gestionar y reducir los impactos negativos como para maximizar los positivos desde nuestra propia actividad.



Los *ODS* identificados como relevantes para *Sodimac* han sido vinculados con los aspectos materiales y con las dimensiones de nuestra Política de Sostenibilidad y su gestión se expone en cada capítulo de este reporte.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alianza Fundación Leer ✓ 77.119 horas de formación a colaboradores de Sodimac Argentina y Uruguay
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Principios para el Empoderamiento de las Mujeres ✓ Programa Maternidad Flexible
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan de Ahorro Energético ✓ Tiendas ecoamigables
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inclusión y Empleabilidad Local ✓ 6er puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Argentina, del ranking Great Place to Work (GPTW). ✓ 7to puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Uruguay, del ranking Great Place to Work (GPTW).
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ casaECO ✓ Campaña “Que nada se pierda”
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Política de Traslados ✓ Campaña Justo

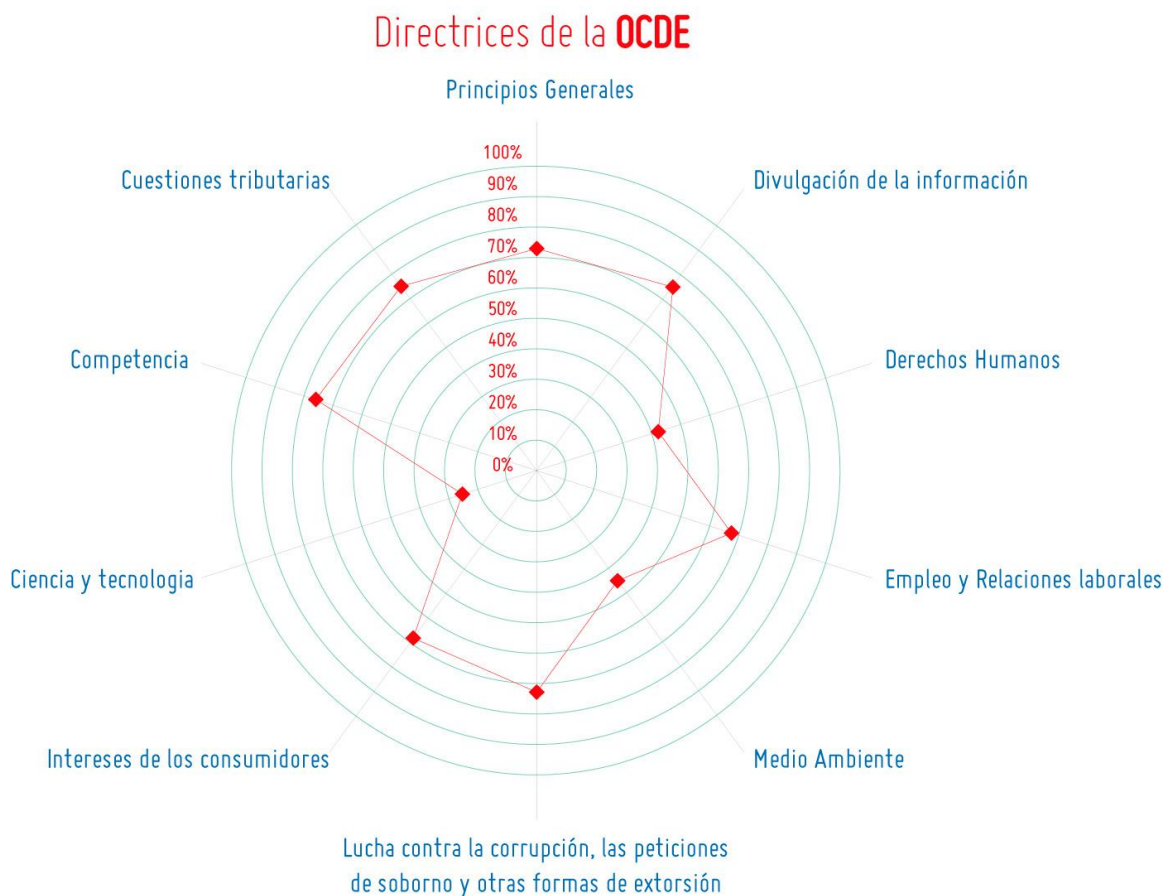
3.2.2 Pacto Global de Naciones Unidas

Junto con este Reporte de Sostenibilidad, presentamos nuestra Comunicación de Progreso con la cual expresamos nuestra continuidad de apoyo y compromiso al Pacto Global de Naciones Unidad y sus 10 Principios en torno a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción.

3.2.3 Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales

Las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales forman parte de la «Declaración de la OCDE sobre inversión internacional y empresas multinacionales», siendo una serie de recomendaciones en aras de asegurar una conducta responsable por parte de las empresas en el contexto de su internacionalización o inversión exterior, aunque también pueden orientar perfectamente en un contexto local.

Las directrices son recomendaciones que los gobiernos hacen a las empresas multinacionales y que contienen principios y buenas prácticas conformes con normas internacionales de comportamiento generalmente aceptadas. Y, si bien no son vinculantes directamente para las empresas y su cumplimiento es de carácter voluntario, suponen un marco de buena aceptación que se ha mostrado eficaz para la responsabilidad social de las empresas.



3.2.4 ISO 26000

Sodimac reconoce a la ISO 26000 como un documento de referencia que ofrece orientación sobre responsabilidad social.

El Comité de Sostenibilidad continuó el proceso de adopción de la ISO 26000 como documento de referencia y herramienta, aborda siete materias fundamentales, para integrar e implementar mejores prácticas en la gestión de Sodimac.

El proceso de medición frente a las siete materias, nos permitió definir cuáles eran los principales logros y los desafíos a futuro, alcanzando un grado de cumplimiento de acuerdo con el siguiente detalle:



3.3 Gestión de la Sostenibilidad

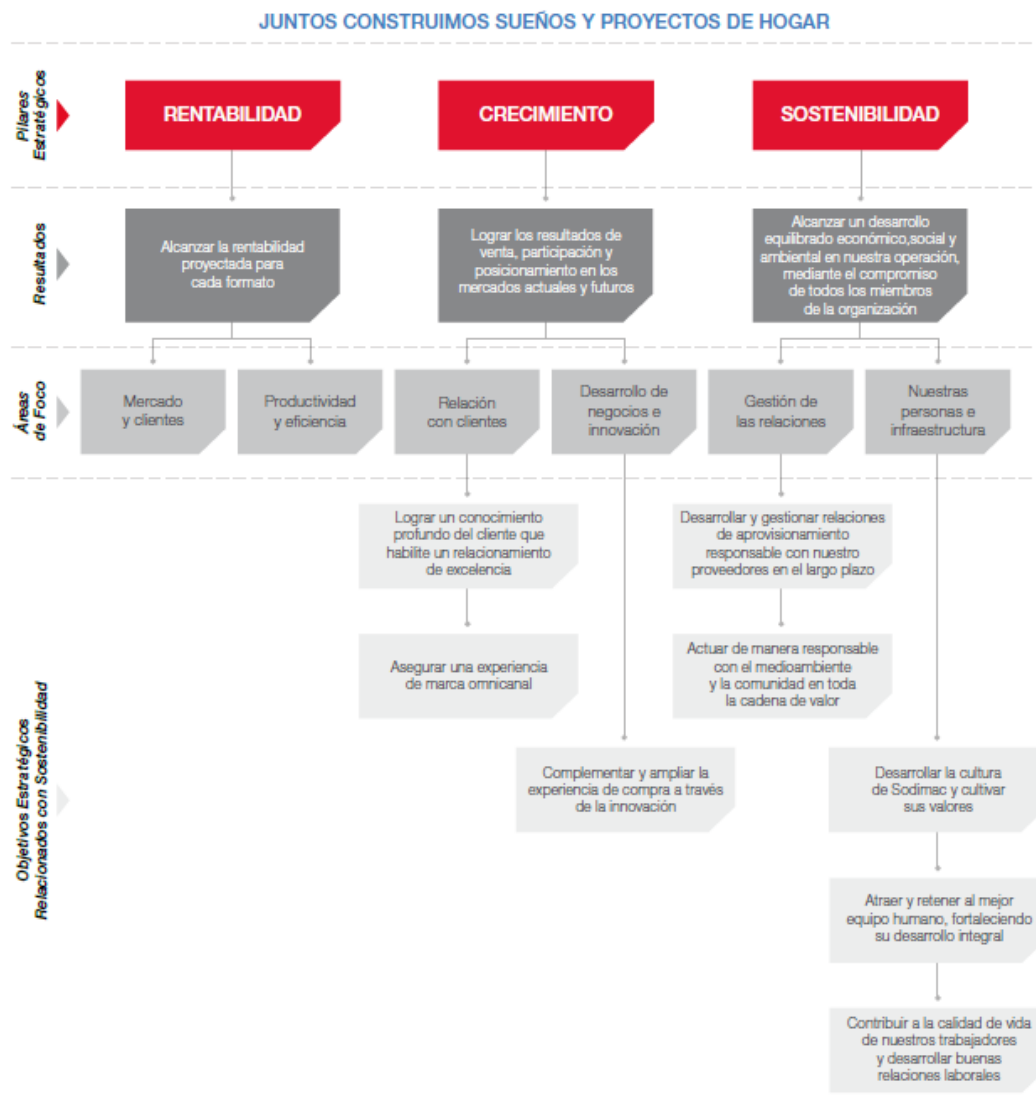
Sodimac ha planteado como vía de desarrollo el crecimiento responsable y sostenible en el tiempo, a través de la adopción de tres pilares definidos como corporativos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

Durante el año 2016, Sodimac terminó su proceso de planificación estratégica para el periodo 2016-2021, bajo los mismos **tres pilares corporativos** que conforman nuestra estrategia de desarrollo: **crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad**.

Estrategia de Crecimiento Responsable		
Crecimiento	Rentabilidad	Sostenibilidad
Lograr los resultados de venta, participación y posicionamiento en los mercados actuales y futuros.	Alcanzar la rentabilidad proyectada para cada formato.	Alcanzar un desarrollo equilibrado económico, social y ambiental en nuestra operación, mediante el compromiso de todos los miembros de la organización.

La estrategia de Sodimac 2016– 2021 se enmarca en la Política de Sostenibilidad definida y busca avanzar en los compromisos asumidos con objetivos, metas, proyectos estratégicos e indicadores claros para medir los avances.

Sodimac concentra sus esfuerzos en el desarrollo e implementación de objetivos estratégicos en seis áreas de foco. El siguiente gráfico muestra la estrategia y los objetivos específicamente relacionados con el pilar de sostenibilidad.



Considerando que la sostenibilidad es un pilar fundamental de la estrategia de negocio de Sodimac, es importante que su gestión sea transversal en todas las gerencias de la empresa. Es por eso, que desde el año 2016, el Comité de Sostenibilidad, presidido por el Gerente General y conformado por líderes de cada gerencia, ha liderado la gestión de la sostenibilidad en la empresa.

Durante 2017, el Comité se reunió 4 veces y los principales temas abordados fueron la integración de la sostenibilidad en todas las áreas de la organización profundizando los programas estratégicos y la sostenibilidad en la cadena de valor (Sedex).

3.3.1 Index de Sostenibilidad

Sodimac diseñó el Index de Sostenibilidad, un instrumento específico que evalúa la gestión de la sostenibilidad a nivel de todas las operaciones en Latinoamérica teniendo en cuenta los seis pilares de gestión adoptados.

Este Index de Sostenibilidad permite evaluar a cada una de las unidades de negocio en los diferentes países, el grado de alineación de la compañía a prácticas de clase mundial inspiradas en los lineamientos de los grandes instrumentos internacionales de sostenibilidad reconocidos a nivel global, y el nivel de integración de los temas materiales o estratégicos de sostenibilidad en la gestión de la compañía, como reflejo de la madurez con que ésta incorpora los impactos reales y potenciales, derivados de sus decisiones y actividades.

26% de crecimiento con respecto al periodo anterior

Pilares	Gobierno Corporativo
	Colaboradores
	Medioambiente
	Proveedores
	Clientes
	Comunidad

El año 2017 correspondió al segundo periodo de aplicación de este Index de Sostenibilidad y Sodimac Argentina obtuvo, como resultado global, un crecimiento de 7 puntos con respecto al Index 2016.



3.4 Nuestros Grupos de Interés

Estamos comprometidos en ser una empresa socialmente responsable tanto con nuestros clientes, trabajadores, proveedores, el medio ambiente y la sociedad en general, buscando aportar al desarrollo de los lugares en los que estamos presentes.

Para identificar y clasificar a nuestros grupos de interés, hemos construido un sistema de análisis y monitoreo sobre la base de la Guía AA100SES de Accountability que abarca distintas dimensiones, responsabilidad, influencia, cercanía y dependencia y representación; siendo el Comité de Sostenibilidad quien tiene a su cargo la gestión y actualización del mismo.

A través de múltiples canales de diálogo, continuamos con el relacionamiento con nuestros grupos de interés relevando sus expectativas, fomentando la transparencia y revisando los aspectos materiales que nos atañen en el ejercicio de nuestras operaciones y actividades.



MAPEO DE GRUPOS DE INTERES - AA1000SES

Grupo de interés	Canales de Comunicación	Diálogos	Responsables	Objetivos
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Canal de Televisión Digital vía Intranet ✓ Carteleras ✓ Buzón de Sugerencias, ✓ Inducciones y Jornadas de Capacitaciones ✓ Cursos Desarrollo de Líderes de Tienda, ✓ Desarrollo de Líderes de Caja y Desarrollo ✓ de Líderes Gerenciales ✓ Sistema de Contacto de RR.HH. ✓ Reporte de Sostenibilidad, RESGUARDA 	Diálogo Sindical Diálogos Comités Paritarios Reuniones de Confianza Reuniones de Inducción y Seguimiento Política de Puertas Abiertas Reuniones Bimestrales Reuniones Matinales Reuniones Semanales de Jefaturas Desayunos de los Mejores del Trimestre con Gerentes Evaluación de Desempeño, Encuesta de satisfacción GPTW	Gerente de Gestión Humana	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar el indicador de rotación de personal. ✓ Ser la empresa más admirada y querida por sus consumidores y trabajadores.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buzón de consultas del sitio web ✓ Reporte de Sostenibilidad ✓ Redes Sociales 	Servicios de atención al cliente Callcenter, Atención a clientes Red de oficinas comerciales y puntos de venta, Modelo de gestión Net Promoter Score (NPS), Encuestas de Satisfacción, Líneas directas de atención	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gerente Comercial ✓ Gerente de Venta a Distancia ✓ Gerente de Desarrollo y Servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Modernizar e incorporar más activamente la tecnología e Internet a toda su operación. ✓ Mantener un excelente nivel de recordación de la marca. ✓ Ser la empresa más admirada y querida por sus consumidores y trabajadores.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico ✓ Encuestas ✓ TCS para Consultas, Reclamos y Quejas ✓ Feria de Productos ✓ Line Review ✓ Reporte de Sostenibilidad 	Encuentro de Proveedores Reuniones periódicas con Gerencia de Control de Calidad Reuniones con Gerentes de Línea Visita a las plantas de los proveedores	Gerente de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Modernizar e incorporar más activamente la tecnología e Internet a toda su operación.
Autoridades Públicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Línea directa SVS ✓ Reporte de Sostenibilidad 	Reuniones Periódicas Diálogo permanente con los Organismos de Interés compartimos intereses y objetivos comunes.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gerente General ✓ Gerente de Administración y Finanzas Corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser reconocida como una empresa socialmente responsable.
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico ✓ Reporte de Sostenibilidad 	Reuniones con Directorio Reuniones con Gerencia General, Reuniones de Comité (de Riesgo Operacional, de Riesgo TI, de Riesgo Cumplimiento y de Riesgo Seguridad Física), Jornadas de Reuniones y Videoconferencias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gerente Regional Uruguay: 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Continuar creciendo en ventas. ✓ Mejorar el resultado antes de impuestos.

Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Página web y redes sociales ✓ Canal de Comunicación Directa a través de Cartas, Correo Electrónico y Teléfono ✓ Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) ✓ Estudio Pulso (previo a apertura de tiendas) 	Reuniones con Organismos Locales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gerente de Gestión Humana ✓ Gerente General ✓ Gerente Regional Uruguay 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener un excelente nivel de recordación de la marca. ✓ Ser reconocida como una empresa socialmente responsable.
------------------	---	----------------------------------	--	---

3.5 Sobre el reporte

La elaboración del tercer Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Argentina y Uruguay se sustenta en los Estándares de Reportes 2016 del Global Reporting Initiative, en concordancia con la opción esencial de esta metodología². Bajo estos parámetros, la empresa da cuenta de su gestión económica, social y ambiental durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017 (consulta de reportes anteriores en <http://www.sodimac.com.ar/sodimac-ar/content/a110104/Responsabilidad-Social?cid=ftr4381>).

Adicionalmente, este reporte permite a la compañía cumplir con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y su compromiso con los Diez Principios que éste define, los cuales apuntan a fortalecer los derechos humanos, las normas laborales, la protección del medioambiente y la lucha contra la corrupción.

Agradecemos su opinión. Por favor, envíe su comentario o sugerencia a:
rsesodimac@sodimac.com.ar

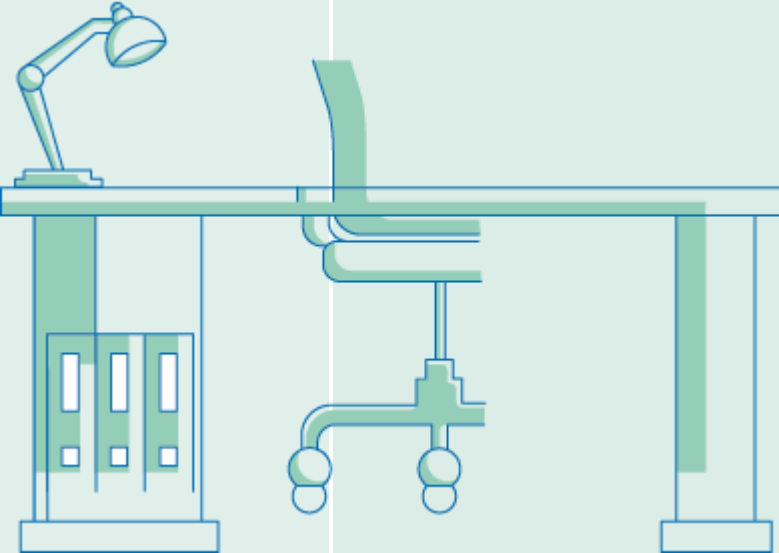
3.5.1 Aspectos materiales

Uno de los principales aspectos que hacen al proceso de elaboración de informes de sostenibilidad tiene que ver con la definición de aquellos aspectos materiales que serán comunicados por la organización informante. En este sentido, el GRI pone a disposición una serie de principios diseñados para ser usados en forma combinada, a fin de definir el contenido y calidad del reporte:

Contenido	Calidad
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participación de los Grupos de Interés ✓ Materialidad ✓ Exhaustividad ✓ Contexto de Sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equilibrio ✓ Comparabilidad ✓ Precisión ✓ Puntualidad ✓ Claridad ✓ Fiabilidad

² Considerando el proceso interno y la etapa en que nos encontramos en la comunicación de nuestro desempeño económico, social y ambiental, evaluaremos, para sucesivos reportes, la recomendación que realiza el GRI de someter el reporte a un proceso de verificación externa.

Sodimac cuenta con un proceso formal para identificar los temas más importantes para la compañía y las partes interesadas en todos los ámbitos de la sostenibilidad. El Comité de Sostenibilidad es el encargado de llevar adelante este proceso, el cual se realiza cada dos años, y consta de los siguientes pasos:

1° Paso IDENTIFICACION	2° Paso PRIORIZACION	3° Paso VALIDACIÓN
<p>La identificación de los asuntos materiales surge de los elementos que se detallan a continuación, los cuales son el punto de partida del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> Propósito, Misión, Visión y Valores de Sodimac. Política de Sostenibilidad. Código de Ética. Lineamientos establecidos según los Estándares GRI. Principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Aquellas cuestiones que han sido identificadas como relevantes por parte de la Dirección de la empresa. Aquellos principales aspectos que fueron surgiendo a partir de las reuniones con todas las áreas que participaron del proceso de elaboración del reporte. El diálogo continuo que mantenemos con nuestros grupos de interés. 	<p>De la lista de aspectos obtenidos en el 1° paso, se realizó un ejercicio interno de valorización y priorización de los mismos y se estimó un umbral de relevancia para identificar los temas más relevantes a fin de incluirlos en el reporte. El procedimiento y los temas surgidos fueron revisados y aprobados por el Gerente General.</p> 	<p>Una vez concluido el análisis, procedimos a la validación de los aspectos y asuntos materiales identificados para garantizar el alcance, la cobertura y los tiempos del relevamiento de la información.</p>

El proceso de materialidad es una oportunidad para 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 que se deben gestionar.

Anualmente, Sodimac hace una actualización de los temas materiales definidos en base a lo que ha ocurrido durante el último año, internamente y externamente en la industria de retail y el contexto nacional. Para la elaboración de este reporte, el Comité de Sostenibilidad ha llevado adelante el proceso de materialidad, el cual ha incluido encuestas con los principales grupos de interés, como trabajadores, clientes, proveedores, representantes de la comunidad, además de un análisis de información secundaria, tales como resultados de encuestas, estudios y mediciones como el *Great Place to Work* (GPTW), entre otros.

Los temas destacados en el siguiente cuadro muestran los aspectos materiales para la compañía y sus grupos de interés, y dónde en la cadena de valor cada tema tiene un impacto:

Estándar GRI	Aspectos Materiales	Contenido	Objetivos de Desarrollo Sostenible	Grupo de Interés	Impacto		Capítulo
					Interno	Externo	
GRI 406	No Discriminación	406-1	 	Colaboradores Accionistas	X		3. Gobierno, Ética e Integridad 5. Nuestros Colaboradores
GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 405-2		Colaboradores Accionistas	X		3. Gobierno, Ética e Integridad 5. Nuestros Colaboradores
GRI 403	Salud y seguridad en el trabajo	403-2		Colaboradores	X		5. Nuestros Colaboradores
GRI 416	Salud y seguridad de los clientes	416-2		Clientes		X	6. Nuestros Clientes
GRI 402-	Relaciones Trabajador - Empresa	402-1		Colaboradores Autoridades Públicas	X		5. Nuestros Colaboradores
GRI 201	Desempeño económico	201-1 201-4		Accionistas Colaboradores Proveedores Clientes	X		4. Desempeño Económico
GRI 401-	Empleo	401-1 401-2 401-3		Colaboradores	X		5. Nuestros Colaboradores
GRI 410	Prácticas en materia de seguridad	410-1	 	Colaboradores	X		3. Gobierno, Ética e Integridad
GRI 205	Anticorrupción	205-1 205-2 205-3		Accionistas, Autoridades Públicas Comunidad	X	X	3. Gobierno, Ética e Integridad
GRI 418	Privacidad del cliente	418-1		Clientes	X	X	3. Gobierno, Ética e Integridad 6. Nuestros Clientes
GRI 206	Competencia desleal	206-1		Accionistas Autoridades Públicas Clientes	X	X	6. Nuestros Clientes
GRI 307	Cumplimiento ambiental	307-1	 	Comunidad Autoridades Públicas	X	X	9. Compromiso con el Medioambiente
GRI 408	Trabajo infantil	408-1		Proveedores	X		7. Nuestros Proveedores
GRI 404	Formación y educación	404-1 404-2 404-3		Colaboradores	X		5. Nuestros Colaboradores

GRI 302	Energía	302-1		Comunidad Autoridades Públicas	X	X	9. Compromiso con el Medioambiente
GRI 308	Evaluación ambiental de proveedores	308-1 308-2		Proveedores	X		7. Nuestros Proveedores
GRI 204	Prácticas de adquisición	204-1		Proveedores	X		7. Nuestros Proveedores
GRI 306	Efluentes y residuos	306-2 306-4		Comunidad Autoridades Públicas Clientes	X		9. Compromiso con el Medioambiente
GRI 413	Comunidades locales	413-1		Comunidad		X	8. Compromiso con la comunidad

Los aspectos y asuntos descriptos han sido determinados materiales para Sodimac Argentina y Uruguay, sin existir otras compañías controladas o con influencia significativa por esta.





4 Gobierno, Ética e Integridad



Contenidos GRI

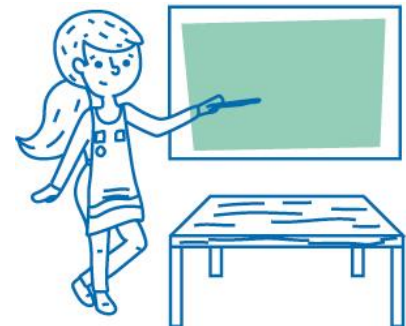
102-11, 102-16, 102-17, 102-18, 102-20, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-26, 102-28, 102-29, 102-30, 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 205-3, 405-1, 406-1, 410-1, 418-1

Velamos por el comportamiento ético y transparente y por el cumplimiento normativo 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.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ No discriminación
- ✓ Diversidad e igualdad de oportunidades
- ✓ Ética y Anticorrupción
- ✓ Privacidad del cliente
- ✓ Gestión de riesgos y cumplimiento

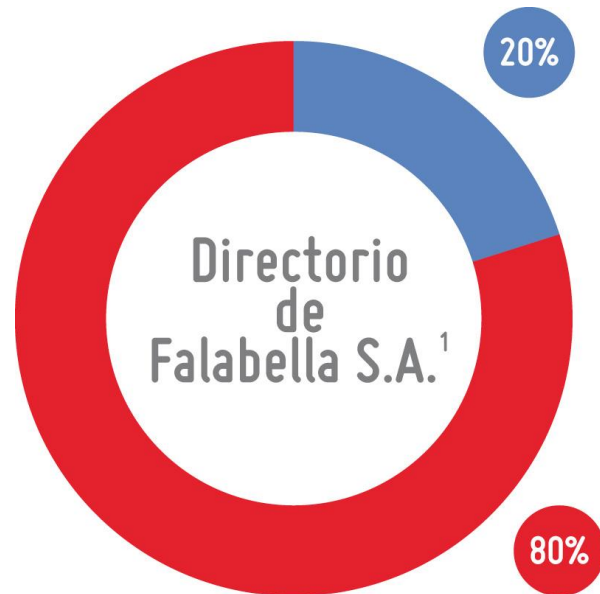
Objetivos de Desarrollo Sostenible



4.1 Gobierno Corporativo

Sodimac es una unidad de negocios de Falabella S.A., dedicada al mejoramiento del hogar. En Argentina está presente desde 2008 y en Uruguay desde 2015, en sus formatos Sodimac *Homecenter* especializado en las necesidades del hogar y Sodimac Constructor focalizado en las necesidades de los profesionales del área de construcción, combinados en una sola tienda.

Encabezado por los directores de Falabella S.A. y liderado por el Gerente General de Sodimac – acompañado por un grupo de gerentes que abarca todas las áreas funcionales de la organización- conforman el Gobierno Corporativo y son quienes gestionan y administran la compañía y supervisan su desempeño económico, social y ambiental.



Total Directores 5

Ejecutivos: 1 20%

No ejecutivos: 4 80%

No ejecutivos e independientes: 1 20%

¹ Los directores son propuestos a la Asamblea de Accionistas, los cuales consideran los criterios profesionales, conocimiento especializado e independencia requeridos para el cargo. Los integrantes del Directorio que ejercen un cargo ejecutivo firman una declaración de conflicto de interés el Código de Ética. El Directorio posee un asesor externo que reviste la calidad de No ejecutivo e independiente.

4.1.1 Nuestra Estructura

Sodimac cuenta con 7 áreas que brindan servicios tanto a Argentina como Uruguay que reportan directamente al Gerente General:

Equipo de Dirección Sodimac Argentina y Uruguay



Gerente General: **Pablo Ardanaz**

Gerente Comercial: **Tomás Quinteros**

Gerente de Operaciones: **Maximiliano Garimaldi**

Gerente de Administración y Finanzas: **Marcelo Elicegui**

Gerencia de Cadena de Abastecimiento: **Amilcar Roman Riso**

Gerente Regional Uruguay: **Gregorio Odriozola**

Gerente de Gestión Humana: **Natalia Gabrielloni**

Gerencia de Auditoría: **María Silvina Lendaro**



Sistema de evaluación e incentivos en materia de sustentabilidad

Desde Sodimac Argentina hemos implementado un sistema de evaluación e incentivos que tiene como objetivo alinear la *performance* individual con los resultados de la compañía, fomentando el trabajo en equipo y la colaboración. Este sistema de evaluación e incentivos, -que aplica tanto para el Gerente General, como a los gerentes y jefes - potencia la evaluación individual cuando la compañía cumple con sus metas estratégicas y permite premiar a los colaboradores que tengan una *performance* individual que contempla tanto aspectos financieros como no financieros.

4.2 Ética Empresarial

Impulsamos valores como la honestidad, la vocación de servicio, la equidad, la iniciativa, el trabajo en equipo, el respeto, la transparencia, la lealtad y la conducta ética asegurándonos cumplir, con atención y cuidado, con el compromiso asumido con la sociedad y el ambiente, tomando responsabilidad por el impacto que pueden tener nuestras decisiones y operaciones.



4.2.1 Código de Ética

Sodimac cuenta con un Código de Ética que es informado a los colaboradores desde el primer día en la compañía.

Nuestro Código de Ética reúne un conjunto de normas que debemos aplicar en el trabajo, otorgándoles sello y estilo propio a nuestra forma de relacionarnos, de concebir y hacer negocios. El objetivo es construir una organización cada vez más respetuosa de los derechos de cada uno y, al mismo tiempo, otorgar armonía y satisfacción a todo nuestro equipo favoreciendo la mejora en la productividad, la creatividad y la vinculación de los colaboradores con la Misión, Visión y Valores de la empresa.

- ✓ Manejo y uso de la información
- ✓ Relación con las Autoridades
- ✓ Relación con los clientes
- ✓ Relación con proveedores y terceros
- ✓ Relación entre los miembros de la organización
- ✓ Ejercicio de la Autoridad
- ✓ Manejo de Bienes y Fondos
- ✓ Conflicto de interés
- ✓ Finanzas e inversiones personales
- ✓ Relación entre los miembros de la organización
- ✓ Conducta Personal
- ✓ Alcohol y drogas

Estas normas aplican a todos los que formamos parte de la compañía.

Consideramos fundamental la constante capacitación de nuestros colaboradores en estos temas como así también en políticas y procedimientos de derechos humanos, para lo cual diseñamos laboratorios e-learning -la cual nos permite mayor cobertura y flexibilidad- como herramienta de formación en temas de libre competencia, Código de Ética, prevención de lavado de dinero, detección de billetes falsos, entre otros temas.

4.2.2 Canal Resguarda

Resguarda es nuestra herramienta de comunicación, segura y confidencial, por medio de la cual los colaboradores pueden realizar denuncias de fraudes, irregularidades y situaciones externas que consideren que no están alineadas al Código de Ética de Sodimac.

Estas denuncias son recibidas por un Comité -conformado por la Gerencia General, la Gerencia de Auditoria y la Gerencia de Gestión Humana- para asegurar el seguimiento y la respuesta a cada caso.

Estamos convencidos que la sostenibilidad de las actividades pasa, en gran parte, por instalar y fortalecer los mecanismos que salvaguarden el respeto por los Derechos Humanos en toda su expresión, así como reformar los valores y principios éticos, y el rechazo a las prácticas de corrupción.

Por el período que abarca este reporte, no hemos tenido sanciones, multas, ni incidentes significativos derivado del incumplimiento de las leyes, regulaciones o en materia de corrupción.



+ CANAL DE DENUNCIAS EXTERNAS

El canal de denuncias externas es una herramienta de comunicación segura y confidencial en la que podrás realizar denuncias de irregularidades y situaciones externas que consideres no alineadas a la compañía.

Resguarda

Para nosotros es muy importante escucharte.

reportes@resguarda.com

0800-999-4636

www.resguarda.com

Ahora puedes acceder desde tu Smartphone.





4.2.3 Canal de Integridad Corporativo Sodimac

Sodimac desarrolla su negocio bajo estrictos parámetros éticos, velando por el cumplimiento de la normativa y los derechos civiles y laborales de las personas.

Con el objeto de mantener y proteger los más altos estándares de integridad en los negocios, se estableció un Sistema de Integridad Corporativo, a fin de prevenir, identificar y abordar eventuales situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza que en Sodimac depositan sus diferentes grupos de interés.

Este Canal de Integridad a disposición de los colaboradores, ejecutivos, directores, clientes, proveedores, y/o accionistas, permite que, de manera confidencial y anónima, realicen consultas sobre materias éticas o informes de infracciones o transgresiones a cualquier ley o normativa vigente en el país de operación, así como transgresiones a las normas internas de la compañía respectiva, o a los principios o valores establecidos en el Código de Ética.

4.3 Gestión de Riesgos

Con el objetivo de asegurar el desarrollo sano de nuestra actividad y la sustentabilidad en el tiempo de la misma, el propósito de la gestión de riesgos es fortalecer el ambiente de control enfocándose en una gestión que asegure el cumplimiento del marco legal que aplica a la empresa y su negocio, como también aquellos estándares de comportamiento que exige la comunidad a la empresa, a sus accionistas, directores,

gerentes, ejecutivos, colaboradores, proveedores y clientes.

La misma se realiza a nivel corporativo e involucra a cuatro comités liderados por el Gerente General (miembro del Directorio de Falabella S.A.) que se reúnen trimestralmente para una consideración temprana y oportuna de los temas.

Comité de Riesgo Operacional	Comité de Riesgo Cumplimiento	Comité de Riesgo Seguridad Física	Comité de Riesgo de Proveedores	Comité de Riesgo TI
Principales objetivos de los Comité de Riesgos				
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisar y aprobar el Mapa de los Riesgos. ✓ Implementar un programa de monitoreo y actualización del mapa de riesgos. ✓ Establecer un programa de registro y bitácora de incidentes de riesgos y una metodología de mejora continua sobre las acciones mitigantes. ✓ Establecer estados de alertas ante la presencia de un incidente de Riesgos. ✓ Actualizar y monitorear la tolerancia y el apetito para cada uno de los riesgos identificados. ✓ Monitorear y actualizar el mapa de riesgos residuales, evaluando los controles internos implementados por la Administración de la Empresa. ✓ Monitorear el grado de madurez de los Sistemas de Control Interno (SCI) de la Empresa, con la finalidad de determinar la evolución de éste y el nivel de cobertura de los Riesgos del Negocio. 				

Ciertos aspectos, relacionados principalmente con la inflación, tipo de cambio, crecimiento, desempleo, tasa de interés e ingresos, son revisados periódicamente ya que son variables relevantes que inciden en el consumo de los hogares, principal fuente de ingresos de Sodimac.

El área de legales es la responsable de llevar adelante los mecanismos para asegurar el cumplimiento de la normativa legal de Sodimac Argentina y Uruguay, su monitoreo y, en función de la información suministrada por las diferentes áreas, anticiparse a los cambios en la normativa.

Seguridad de la Información

Alineados con nuestro valor “Responsabilidad”, desde el año 2015 llevamos adelante en forma regional una campaña de Seguridad de la Información la cual brinda consejos sobre buenas prácticas y costumbres para cuidar la información sensible que manejamos.

Este programa nos permite gestionar efectivamente los recursos de la información críticos, instalando y administrando mecanismos para la protección de la información que manipulamos diariamente en el desempeño de nuestras funciones, determinando que conductas son permitidas y cuáles no. Como resultado, se reducen los niveles de riesgo y vulnerabilidades de conocimiento de la información sensible y/o confidencial, teniendo un impacto en el fortalecimiento de la imagen institucional.



DÍA INTERNACIONAL DE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN





REVISAS ESTOS CONSEJOS:



Ingresa tu información personal sólo en páginas web seguras y no hagas clic en los enlaces que pidan tus datos personales.



Utilice contraseñas fuertes, de al menos 10 caracteres y que contengan letras mayúsculas, minúsculas, números y símbolos.



No descargue ni abra archivos provenientes de fuentes o sitios no confiables



Mantén tu teléfono bloqueado con un PIN, contraseña o huella.



Bloquea siempre tu computador cuando abandones tu puesto de trabajo.

EN 1988, EL 30 DE NOVIEMBRE FUE DECLARADO “DÍA INTERNACIONAL DE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN”, CON EL OBJETO DE CONCIENTIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD DE LOS SISTEMAS Y ENTORNOS QUE OPERAN CON ELLA.


























4.4 Derechos Humanos

Utilizando como referencia la herramienta de evaluación de cumplimiento el *Human Right Compliance Assessment (HRCA)*³ del Instituto Danes de Derechos Humanos, continuamos evaluando a Sodimac en el cumplimiento de los derechos humanos en base a 28 preguntas con un total de 240 indicadores relacionados con las siguientes áreas:

Prácticas laborales

Impacto en la comunidad

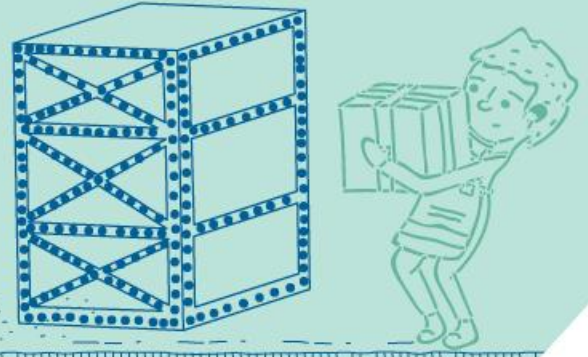
Gestión de la cadena de suministro



³ Herramienta de auto-evaluación que ha sido diseñada para ayudar a las empresas a detectar las posibles violaciones de derechos humanos causadas por el impacto de sus actividades en los empleados, las comunidades locales y en todas las demás partes implicadas.



5 Desempeño Económico



Contenido GRI
 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 201-4

Concebimos el crecimiento como un avance continuo siendo respetuosos con el entorno, teniendo en cuenta las necesidades de la comunidad y considerando la calidad de vida y desarrollo de nuestros colaboradores..

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ Desempeño económico
- ✓ Valor económico generado y distribuido

Objetivos de Desarrollo Sostenible



5.1 Nuestro Desempeño Económico

El ejercicio 2017 marcó un punto de inflexión en el mercado regional con marcadas caídas en el consumo debido fundamentalmente al acomodamiento de numerosas variables macroeconómicas. Una efectiva estrategia de búsqueda de oportunidades, nos permitió sortear exitosamente estas circunstancias llevando a Sodimac a ganar participación de mercado y mejorar en varios indicadores de venta.

Se trabajó en lograr una mayor eficiencia operacional con un enfoque en el servicio al cliente, en generar sinergias y reducciones de costos, mejorando también la calidad del servicio. Se implementó un equipo especializado de reposición en las categorías de autoservicio, se mejoraron las auditorías de pérdida de productos junto con un chequeo diario de los quiebres de stock y se realizaron mejoras en el proceso de cambio de precios buscando disminuir retrasos y reclamos en la línea de cajas.

Con el objetivo de lograr una mayor eficiencia en costos y productividad, se continuó trabajando en el rediseño del modelo logístico utilizado en Sodimac Argentina centralizando la actividad de abastecimiento a tiendas y e-commerce.

5.1.1 Valor Económico Generado y Distribuido

La información corresponde a los montos y las operaciones en Argentina, se presenta en millones de pesos argentinos y forma parte de los Estados Contables de Falabella S.A. al 31 de diciembre de 2017 presentados en forma comparativa con 2016.

Valor Económico Generado y Distribuido ⁴	\$ Argentinos	
	2017	2016
Valor económico generado (A)		
Totales	4.369.795.549	3.616.034.967
a) Ingresos operacionales	4.369.795.549	3.616.034.967
Valor económico distribuido (B)		
Totales	2.021.506.957	1.694.077.660
a) Gastos operativos	1.070.900.883	881.588.967
b) Sueldos y prestaciones de los empleados	750.695.614	625.701.808
c) Pagos a los proveedores de Capital	159.369.438	154.236.511
d) Pagos al Gobierno/Estado	39.165.703	31.513.354
e) Inversión en la Comunidad	1.375.319	1.037.020
Valor económico retenido (A-B)	2.348.288.592	1.921.957.307

⁴ Es un estado económico financiero, que muestra el valor económico generado por la organización y, simultáneamente, revela cómo este se distribuye entre los diversos grupos de interés que han contribuido a su creación.



6 Nuestros Colaboradores



Contenido GRI

102-8, 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 401-3, 402-1, 403-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1

Trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes con los trabajadores y el respeto a la libertad sindical, fomentamos 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 salud de nuestros trabajadores; el respeto a la dignidad de las personas, la diversidad y fomentar un sano orgullo de pertenecer a nuestra compañía.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ No Discriminación
- ✓ Diversidad e Igualdad de Oportunidades
- ✓ Salud y Seguridad en el Trabajo
- ✓ Relaciones Trabajador-Empresa
- ✓ Empleo
- ✓ Trabajo Infantil
- ✓ Formación y Educación
- ✓ Clima Laboral
- ✓ Remuneraciones, Beneficios y Compensaciones

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Sodimac reconoce el rol fundamental de sus colaboradores, puesto que la ventaja competitiva de la empresa reside en la habilidad de su equipo humano para coordinar acciones eficientemente, brindar una excelente atención a sus clientes y establecer relaciones de confianza con sus proveedores.

Fomentamos nuestros principios culturales cuando logramos reconocer que somos mucho más que una compañía, que somos un equipo que trabaja unido para solucionar problemas, cuando comprendemos que somos una compañía interesante, que tiene el poder de mejorar nuestra comunidad, ayudar a nuestros clientes y cambiar nuestro mundo.



La casa donde crecen tus sueños



<http://www.dondecrecentussuenos.com.ar>

Programa de transformación cultural que plantea el desarrollo de actividades, mesas de trabajo e iniciativas que, englobadas en el marco de nuestros valores, apuntan a que los colaboradores se desarrollen, crezcan y disfruten su trabajo en Sodimac, sintiéndose cada vez más plenos en su lugar de trabajo.

Este Programa permite reformar nuestro propósito como Compañía, resaltando la importancia del trabajo en equipo, la capacidad de construir, de concretar nuestros sueños y proyectos.

“Con la proyección de hacer acciones sustentables y reconociendo que en primer lugar las personas son quienes marcan la diferencia, dimos inicio al programa La casa donde crecen tus sueños. Con el propósito de “Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”, este programa tiene como objetivo re inspirar, reforzar valores y generar iniciativas desafiantes para el negocio. Confiamos en que será un canal de comunicación exitoso y desafiante, donde puedan participar voluntariamente todos aquellos colaboradores que tengan ganas de proponer mejoras que ayuden al desarrollo de cada una de las personas que forman la empresa y mejoren además el servicio a todos nuestros clientes”.

Natalia Gabrielloni, Gerente de Gestión Humana

6.1 Inclusión, Diversidad y No Discriminación

Nos caracterizamos por ser una empresa en donde se valoran y respetan los derechos laborales, la diversidad y el pluralismo, fomentando las buenas prácticas laborales.

SODIMAC ARGENTINA		
	2017	2016
Dotación Directa ⁵	1.503	1.519
Personal bajo convenio	1.129 (75%)	1.136 (75%)
Por sexo		
Mujeres	609 (41%)	640 (42%)
Hombres	894 (59%)	879 (58%)
Por rango etario		
Menor a 30 años	657 (44%)	687 (45%)
30 a 50 años	782 (52%)	767 (50%)
Mayor a 50 años	64 (4%)	65 (5%)
Por contrato laboral		
Permanente	1.499	1.519
Pasante	4	-
Terciarizados	114	94
Por tipo de contrato laboral		
Jornada Completa	998	1.064
Media Jornada	505	455

SODIMAC URUGUAY		
	2017	2016
Dotación Directa ⁶	423	375

Formamos equipos heterogéneos en lo que respecta a edades, sexo y experiencia; pero homogéneos respecto de los valores comunes poniendo foco en los valores de las personas desde el mismo proceso de selección.

⁵ Corresponde a la cantidad de personas con vínculo contractual con la empresa al cierre de diciembre (contratos a plazo fijo e indefinido y campañas).

⁶ Corresponde a la cantidad de personas con vínculo contractual con la empresa al cierre de diciembre (contratos a plazo fijo e indefinido y campañas).

Entre las competencias más valoradas, destacamos:	Se procura consolidar un equipo lo suficientemente homogéneo con personas que:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La orientación al cliente ✓ La comunicación ✓ Las relaciones interpersonales ✓ El compromiso ✓ La proactividad ✓ El entusiasmo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prioricen su desarrollo ✓ Tengan iniciativa ✓ Espíritu emprendedor ✓ Buen humor ✓ Compromiso

La integración, el trabajo en equipo y nuestra política de inclusión son claves al reclutar y seleccionar candidatos. Estamos convencidos de que la actitud, la integridad y valores de nuestra gente hacen la diferencia en nuestra compañía y constituyen nuestra “marca diferenciadora”.

Somos un empleador inclusivo, por eso ofrecemos igualdad de oportunidades, sin discriminar en ninguna circunstancia por razones de raza, edad, sexo, nacionalidad, religión o cualquier otra característica que no sea relevante para desarrollar las tareas.

No hemos recibido denuncias de discriminación durante el 2017.

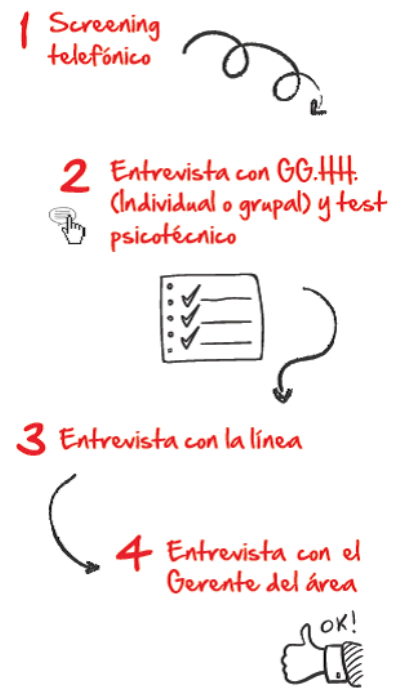
“Trabajamos fuertemente con la convicción y el compromiso de lograr el bienestar de nuestra gente y ayudar a los líderes con las herramientas que fomenten una mejor gestión de los talentos”.

Natalia Gabrielloni, Gerente de Gestión Humana

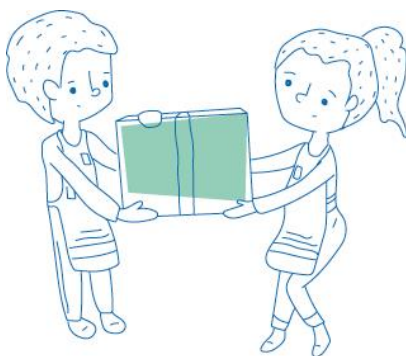
Contamos con múltiples herramientas de reclutamiento, las cuales, alineadas con las nuevas tecnologías del mercado en atracción de candidatos, nos aseguran llegar a los diferentes perfiles que requerimos para el desarrollo de nuestro negocio



Urnas de reclutamiento	Diarios masivos y zonales	Televisión
Páginas de reclutamiento online	Sodimac.com	Redes sociales
Bolsas de trabajo de prestigiosas universidades	Head hunters	Ferias virtuales
Ferias presenciales	Gran Feria de Capacitación para Especialistas de la Construcción	Referidos responsables
Concursos internos	Programa Primer Paso	Fundación FORGE



	N° de Ingresos		Tsa de rotación	
	2017	2016	2017	2016
Sodimac Argentina	260	172	18.1	16.6



Programa de Jóvenes Profesionales y Pasantes 2017

En el mes de agosto de 2017 lanzamos el **Primer Programa de Jóvenes profesionales y Pasantías como Grupo en Argentina**. Permittiéndonos salir al mercado con una sólida imagen de marca que capte jóvenes estudiantes y recién recibidos con potencial de crecimiento, ganas de aportar nuevas miradas, aprender y desarrollarse en nuestros negocios.

La incorporación de jóvenes profesionales y pasantes se encuentra enmarcada en un programa de entrenamiento para que las personas conozcan algunas áreas de la compañía con mayor profundidad, para lo cual es vital que los líderes de la organización estén comprometidos y acompañen el desarrollo de cada uno.

El programa fue un éxito en el mercado ya que ingresaron 5 jóvenes profesionales y 3 pasantes a la unidad de negocio Sodimac, de un total de más de 2.000 postulados.

PRIMER PROGRAMA DE JÓVENES PROFESIONALES Y PASANTÍAS DE GRUPO FALABELLA



Porque creemos que para seguir creciendo, son fundamentales las nuevas miradas, lanzamos estos programas pensados para estudiantes y recién graduados que tienen ganas de compartir con nosotros nuevos desafíos, de aprender y de ir por más.



*¡Hace click en el link
y conocé más!*



Programa de Inducción

Tiene el objetivo de compartir con los nuevos colaboradores la historia de la compañía, los beneficios, Código de Vestuario, Normas Internas, Código de Ética, Seguridad de la Información, Manual de Seguridad e Higiene, identificación con nuestra marca y concientización en temas de prevención de accidentes.

Inducción Corporativa	Inducción al Rol	Introducción al Negocio	Visita al Centro de Distribución	Inducción a la Gestión de la RSE Corporativa
Nos brinda la posibilidad de presentarle a los ingresantes la información más relevante de la empresa, que conozcan su estructura y funcionamiento.	Está a cargo de la Gerencia de Gestión Humana y del jefe directo del nuevo colaborador, en el cual se le informa sobre las responsabilidades y metas del cargo, el funcionamiento y estructura del equipo.	<p>Con el fin de que los nuevos colaboradores obtengan conocimientos sobre la forma de operar el negocio, se realiza una jornada en la cual se presentan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inducción al Negocio ✓ Foco en el cliente ✓ NPD ✓ Omnicanalidad, nueva experiencia de compras y Non Store Retail ✓ Modelos logísticos ✓ Gestión de personas ✓ Marcas y formatos 	Se realiza trimestralmente una visita al Centro de Distribución en la cual se lleva a cabo una presentación sobre la forma de operar.	Se le informa al nuevo colaborador del porqué somos una empresa socialmente responsable, presentamos nuestra Política de Sostenibilidad y sus principales programas.



6.1.1 Empleabilidad e Inclusión Social

La integración y la inclusión son parte de nuestra estrategia de sostenibilidad. Consientes y comprometidos con ellas, trazamos alianzas corporativas para asegurar la incorporación de colaboradores a nuestras tiendas que tienen algún tipo de capacidad diferente.

Principales Aliados



Sostiene su tarea a partir de un equipo interdisciplinario de profesionales y artistas, con la colaboración de estudiantes y voluntarios, que trabajan en pos de la igualdad de oportunidades y la dignidad de la persona con discapacidad intelectual, favoreciendo el desarrollo de sus capacidades, así como su inclusión social y laboral.

Trabaja en la formación y preparación de jóvenes de la escuela secundaria para el mundo laboral. Con programas de dos años, se trabaja en el desarrollo de las aptitudes necesarias a la hora de ingresar al ámbito laboral. A estos jóvenes no solamente les damos la posibilidad de realizar pasantías mientras cursan sus estudios, sino que suelen comenzar su vida laboral con nosotros, resultando ser Sodimac su primer empleo.

Ofrece espacios para asegurar la educación, la formación laboral y el cuidado del medio ambiente entre los jóvenes. Cuenta con una base de datos de jóvenes certificados en competencias laborales que participan del programa de formación durante dos años.

Programa Primer Paso

Desde 2013, la Tienda de Córdoba se unió al Programa Primer Paso, desarrollado por el gobierno provincial, que tiene como objetivo lograr que jóvenes sin empleo ni experiencia laboral puedan acceder a su primera oportunidad laboral. Está destinado a jóvenes de ambos sexos de 16 a 25 años inclusive, con capacidades diferentes y trasplantados de hasta 49 años, que se encuentren desocupados y registren domicilio en la provincia de Córdoba. Estos colaboradores trabajan 20 horas semanales y la Tienda asume los costos de capacitación y uniforme.

En el 2017 ingresaron 13 colaboradores

Sodimac Uruguay fue reconocido por su apoyo a Fundación Forge por segundo año consecutivo.

Con la Fundación Forge tenemos una alianza regional, que comenzó en Argentina y hoy se extiende a Uruguay y también a Chile. En Uruguay, sostenemos la posibilidad de que 13 chicos puedan acceder al programa completo. Actualmente se encuentran trabajando en nuestras tiendas 15 colaboradores integrantes de la Fundación Forge.

La Fundación aspira a transformar la vida de los jóvenes incorporándolos a la cultura del trabajo. Y es en esa transformación en la que participamos activamente, asumiendo nuestro rol y continuando con el desarrollo, la capacitación y el cuidado de esos jóvenes, quienes son parte de la familia Sodimac.

Este 2017 la Fundación realizó una cena de reconocimiento, en la cual, tuvimos el orgullo de recibir 2 menciones: "Aporte Económico durante el último año" y por la "Participación en los paneles empresariales", los cuales forman parte del proyecto de formación de la fundación.

6.2 Gestión del Talento y Desarrollo Profesional

La política de desarrollo de carrera de nuestros colaboradores es parte de nuestra cultura organizacional.

La cultura de Sodimac se caracteriza por alentar el desarrollo de sus colaboradores asegurando que cada colaborador reciba las herramientas necesarias para desarrollarse profesionalmente.

Para desarrollar, entrenar y capacitar a nuestra gente contamos con diferentes herramientas, las cuales constituyen la base de nuestra estrategia de Gestión Humana orientada al desarrollo interno de nuestros colaboradores.

El éxito de nuestra empresa se basa en brindar una excelente atención y servicio a nuestros clientes, y ello es posible gracias a la calidad humana y profesional de todos nuestros colaboradores. Por ello, nos preocupamos por desarrollar líderes comprometidos con su equipo y capaces de formar personas que quieran crecer.

6.2.1 Modelo de Competencias

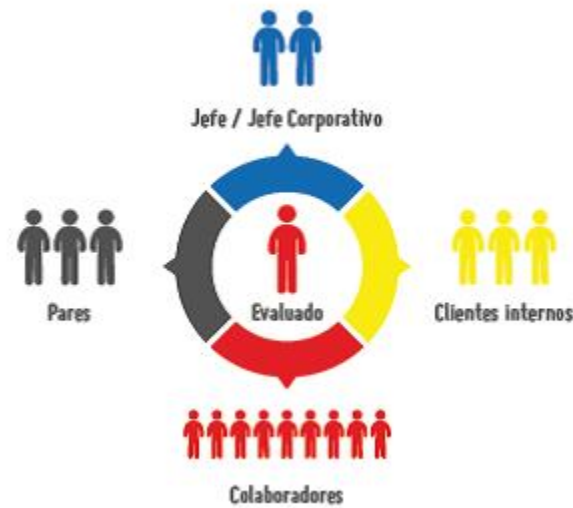
Trabajamos con dos modelos de competencias, según posición, identificamos, evaluamos y desarrollamos diferentes comportamientos en nuestros puestos claves, líderes y colaboradores.

Competencias Posiciones Claves	Otras Posiciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contribución al Negocio/Grupo ✓ Cumplimiento de Metas/Objetivos ✓ Visión estratégica ✓ Liderazgo personal e influencia ✓ Toma de decisiones y riesgo ✓ Gestión del cambio e innovación ✓ Gestión de personas ✓ Colaboración y generación de redes ✓ Perspectiva digital ✓ Comunicación organizacional ✓ Pasión por el cliente interno y/o externo ✓ Comportamiento ejemplar e integro 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento de Metas/Objetivos ✓ Compromiso con el cliente interno/externo ✓ Trabajo en equipo y generación de redes ✓ Comunicación efectiva ✓ Orientación a la excelencia ✓ Liderazgo facilitador (solo para líderes) ✓ Visión global (solo para líderes) ✓ Orientación a la venta (solo para vendedores)

6.2.2 Evaluación de Desempeño

Destinada a todos nuestros colaboradores, tanto de oficina como de tiendas, es la principal herramienta para identificar y gestionar el crecimiento de cada uno de ellos. Por eso, contamos con dos procesos evaluativos según el cargo.

Evaluación de Desempeño 360° Puestos Claves / Desarrollo Ejecutivo: Anualmente evaluamos y desarrollamos a todos los líderes de la compañía que ocupan posiciones claves. El proceso se lleva adelante en forma conjunta y simultánea con el resto de los países y negocios que conforman el Grupo Falabella. Los participantes son evaluados por todo su entorno y da como resultado una perspectiva del desempeño lo más completa y objetiva posible obteniendo información del desempeño del evaluado desde diferentes ángulos.

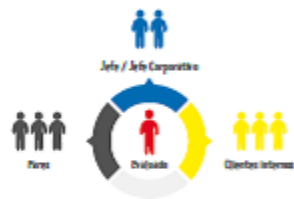


Evaluación de Desempeño Tradicional: Anualmente evaluamos a todos nuestros líderes y colaboradores a través de un proceso de evaluación de desempeño que se lleva adelante en forma local. Distinguimos tres tipos de evaluación, según el puesto que ocupa el evaluado:



Evaluación 45°

- + Formato online ó cuadernillo (sólo Vendedores y Cajeros de Tiendas).
- + Colaboradores sin gente a cargo, tanto de Oficina como de Tiendas.
- + Evalúa el Jefe Directo.



Evaluación 90°

- + Formato Online.
- + Líderes sin gente a cargo, tanto de Oficina como de Tiendas.
- + Evalúa el Jefe Directo, los pares y Clientes Internos. Además se contempla autoevaluación.



Evaluación 360°

- + Formato Online
- + Líderes con gente a cargo, tanto de Oficina como de Tiendas.
- + Evalúa el Jefe Directo, los pares y Clientes Internos, los Colaboradores a su cargo. Además se contempla autoevaluación.

Del Proceso de Evaluación de Desempeño 2017 en Argentina participaron 1.440 colaboradores.
Del Proceso de Evaluación de Desempeño 2017 en Uruguay, participaron 397 colaboradores.

6.2.3 Política de Movilidad Interna Corporativa

Privilegia el talento interno en concursos para ocupar posiciones clave y tiene el objetivo de homologar bajo una misma política todos los cambios de posición que pueden realizar los colaboradores, incluyendo movimientos horizontales o verticales dentro de las compañías logrando equidad entre los procesos de las diferentes unidades de negocios. Los movimientos que se detallan en la misma son:



Concursos Internos	Desarrollo Ejecutivo Concursos Internos	Plan de Carrera
Proceso de Selección Gerente de Tiendas Sodimac	Promociones Directas	Trasposos

6.3 Formación

Buscamos generar espacios para un adecuado desarrollo profesional, con relaciones sanas y un clima laboral tendiente a la retención de talentos.

Con el objetivo de facilitar los conocimientos y herramientas que nuestros colaboradores necesitan para desempeñarse con éxito en sus funciones y, así, contribuir a su desarrollo profesional y personal, adquiriendo y mejorando sus habilidades y competencias, desarrollamos diversos programas de entrenamiento permanente para todos nuestros colaboradores, tanto de Oficina como de Tiendas.

Durante el 2017 ejecutamos múltiples programas de capacitación con una importante inversión, abarcando una amplia diversidad de temáticas. Finalizamos el año con 68.656 horas de capacitación en Sodimac Argentina y 8.531 horas de capacitación en Sodimac Uruguay.

		2017			2016		
		Horas Hombres	Horas Mujeres	Total	Horas Hombres	Horas Mujeres	Total
Sodimac Argentina	Gerente y subgerente	2.953	205	3.158	1.671	456	2.127
	Profesionales y Administrativos	1.240	15.509	16.749	2.254	5.523	7.777
	Otros Colaboradores	33.676	15.073	48.749	24.162	8.049	32.211
	Total por género	37.869	30.787	68.656	28.087	14.028	42.115
Sodimac Uruguay	Gerente y subgerente	80	-	80	353	50	403
	Profesionales y Administrativos	283	547	830	1114	1008	2122
	Otros Colaboradores	4847	2774	7621	5013	2444	7457
	Total por género	5210	3321	8531	6.480	3.502	9.982

Asegurar la excelencia en el servicio al cliente es nuestro principal valor y constituye nuestro sello distintivo. Para ello, contribuimos al desarrollo de habilidades humanas y competencias generales de trabajo en equipo, calidad de servicio y eficacia personal al mismo tiempo que monitoreamos y hacemos especial foco en que el contenido de nuestras capacitaciones esté balanceado en cuatro ejes fundamentales:

Productos	Procedimientos	Habilidades	Entrenamiento en el Trabajo
-----------	----------------	-------------	-----------------------------

Nuestros programas de capacitación constituyen espacios en los que se desarrollan y potencian las habilidades profesionales y personales de nuestros colaboradores. Entre las materias abarcadas en el plano de la formación se desatacan las orientadas a fortalecer las habilidades de liderazgo y la entrega de herramientas para mejorar la excelencia en el servicio al cliente.

Nos caracterizamos por alentar el desarrollo de nuestros colaboradores asegurando que reciban las herramientas necesarias para desarrollarse profesionalmente.

Capacitaciones en Productos	Capacitaciones internas o externas (junto a los proveedores), donde el colaborador obtiene información respecto a los atributos, ventajas, desventajas y argumentos de ventas de cada uno de nuestros productos.	
Capacitación en Procedimiento	Cuyo objetivo es que el empleado conozca todos los procedimientos relacionados al sector de ventas u operaciones de la Tienda.	<ul style="list-style-type: none">✓ Productos a pedido✓ Instalaciones✓ Despacho a domicilio✓ Producto de la semana✓ Productividad✓ Precios✓ Atención al cliente✓ Inventarios✓ Compras✓ Caminatas comerciales
Capacitación de Habilidades	El desarrollo de nuestra gente es uno de los valores más importantes; al desarrollar sus habilidades, contribuimos en la preparación del colaborador hacia la <i>excelencia en la atención al cliente</i> .	<ul style="list-style-type: none">✓ Formación de formadores✓ Comunicación✓ Liderazgo✓ Técnicas de venta✓ Curso de idiomas
Curso de Formación de Formadores	En el cual un empleado experimentado entrena a otro en habilidades comunicativas, diseños de plan de capacitación y dinámicas grupales.	
Entrenamiento en el Trabajo	El colaborador debe conocer y utilizar todo lo aprendido en las capacitaciones de productos, procedimientos y habilidades en el lugar de trabajo, a fin de vivenciar y comprender la experiencia de venta y/o la experiencia operacional de la Tienda.	
Curso de Desarrollo de Líderes (Básico y Avanzado)	Cursos destinados a los líderes de las Tiendas, a fin de brindarles herramientas de liderazgo.	
Desarrollo Ejecutivo Programa Regional de Liderazgo	Jornadas destinadas a todos los líderes de la Compañía, para trabajar habilidades de <i>coaching</i> , en conjunto con el Instituto Argentino de la Empresa (IAE) y la Universidad Di Tella.	
Programa Ejecutivo en RetailManagement	Se capacitan a los líderes de Tienda, en la Universidad de Belgrano, en diversos temas del <i>retail</i> y, al finalizar, desarrollan un trabajo integrador que es presentado ante la Gerencia General.	
Jornadas En-Tienda el Negocio	Programa de entrenamiento para la Gerencia Comercial, en el cual se analizan los conceptos ligados a “Cómo hacemos <i>retail</i> en Sodimac” y, en paralelo, se comunica la estrategia comercial, generando sinergia entre todos los subsectores de la Gerencia.	
Ferias de Productos	Realizamos 5 ferias al año (climatización, corral, jardín, pinturas y plomería), donde los principales proveedores de cada línea nos capacitan, para contar con los conocimientos necesarios para abordar al cliente de una manera distinta y marcar, así, la diferencia.	
Jornadas de Integración	Los equipos de Oficinas de Apoyo realizaron varias jornadas <i>outdoor</i> , con actividades al aire libre, para alcanzar una mayor integración, potenciando la gestión diaria.	
Cursos Específicos por Área	Específicos para cada sector de la empresa, como ser Inglés, Autocard, actualización de temas de Logística y Comercio Exterior.	

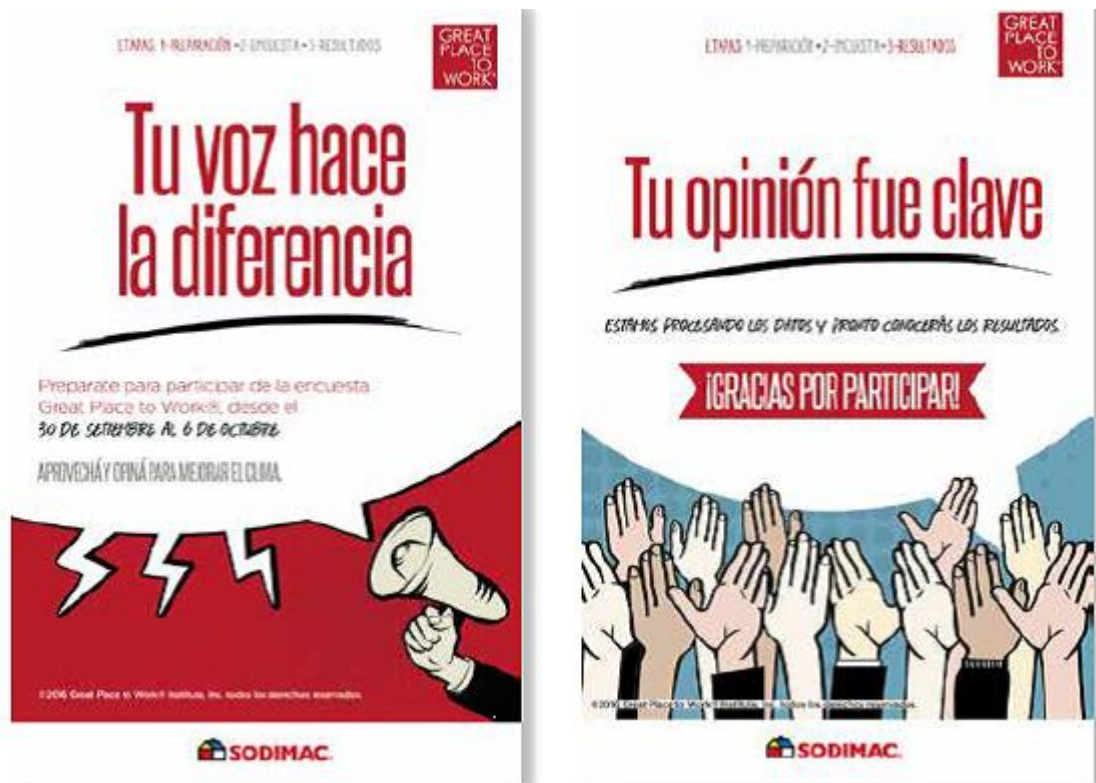
6.4 Clima Laboral

Nos interesa saber cuál es la opinión de nuestra gente y contar con un diagnóstico de la efectividad de nuestras prácticas y cómo éstas son percibidas por nuestros colaboradores.

Anualmente, realizamos la encuesta de clima laboral Great Place to Work que nos permite evaluar los distintos aspectos del clima organizacional, desarrollando mejoras y detectando fortalezas en la gestión. A través de esta encuesta generamos espacios de:

Análisis y comunicación de resultados	Planes de Acción	Comités de Clima Laboral
---------------------------------------	------------------	--------------------------

Sodimac se compromete a proporcionar un clima donde haya una comunicación abierta, sincera y respetuosa entre todos sus colaboradores, sin importar la posición de cada uno de ellos. Todo colaborador puede expresar sus inquietudes, problemas, observaciones o sugerencias con respecto a sí mismo o nuestra compañía. Es por ello que creamos canales de comunicación constantes para que todos nuestros colaboradores puedan ser escuchados e informados de toda novedad, privilegiando la comunicación cara a cara.



Estamos orgullosos de decir que somos parte de las Mejores Multinacionales para Trabajar en América Latina. Como Grupo Falabella ocupamos la posición N° 21

Las organizaciones que integran esta categoría han sido reconocidas previamente en las listas nacionales de al menos 3 países de la región, lo cual refleja su continuo esfuerzo por ampliar el alcance de su transformación a nivel regional, impactando en cada vez más trabajadores de América Latina.

6.4.1 Puertas Abiertas

Es parte de nuestra cultura comunicar y compartir todo lo que consideramos importante.

Contamos con diferentes prácticas, las cuales son esenciales para mantener canales de comunicación abiertos, transparentes y oportunos, que fortalezcan los vínculos entre colaboradores y jefes.

Procuramos alcanzar un ambiente de trabajo amigable, que potencie las capacidades y permita el desarrollo de las personas.

Nuestra **Política de Comunicación** tiene como objetivo mantener informado a nuestros equipos, conservando la cercanía con nuestros colaboradores. La comunicación es clave para desarrollar un sentido de equipo. Buscamos comunicar individual o grupalmente los cambios, los logros, los resultados, los objetivos y las nuevas acciones de la compañía.

Estar conectados es importante para estar unidos como un gran equipo, potenciando la información importante y logrando sinergia entre los diferentes sectores y tiendas.

Reuniones Bimestrales / Trimestrales	Reuniones en Tiendas de Apertura, Intermedio y Cierre	Reuniones semanales de Jefes de Tiendas	Reuniones semanales de gerentes de Tiendas
Reuniones de Jefes de Gestión Humana	Reuniones informales en Oficinas de Apoyo	Reuniones mensuales	Comunicados Vía Mail
Carteleras	Carteleras NPS	Caminatas comerciales	Endomarketing
Reuniones de integración de gestión humana entre Tiendas y Oficina de Apoyo	Buzón de sugerencias	Jornada de Desarrollo Continuo Gestión Humana	Reuniones de feedback
Reuniones de confianza	Programa CREAR	Desayunos con nuestro Gerente General Corporativo	Entrevista de seguimiento de ingresos

Nuestros colaboradores son nuestra principal ventaja competitiva por eso nos interesa saber que quiere, siente y piensa nuestra gente: cercanía y estar disponibles 100% para nuestros colaboradores son los conceptos claves en nuestro estilo de comunicación.



6.4.2 Reconocimientos

Reconocer, agradecer y felicitar a nuestros colaboradores por el trabajo bien logrado, por el esfuerzo y por los objetivos alcanzados es una práctica diaria de nuestros jefes, gerentes y entre pares cuando han realizado un buen trabajo.

Premios Programa Promotor	Mensualmente premiamos a las tiendas que hayan alcanzado o superado el objetivo mensual de NPS, mediante sorteos de los cuales participan todos los colaboradores de la tienda.
Colaborador del Año	Durante el mes de diciembre, todos los colaboradores de Tienda y Oficina votan para elegir al mejor colaborador y al mejor jefe del año. El objetivo es que la elección tome como referencia quienes representan los valores de la Compañía.
Premio a la Trayectoria	En Sodimac premiamos la antigüedad y reconocemos el compromiso de quienes cumplen 5, 10, 15 y 20 años junto a nosotros, recibiendo diferentes obsequios como agasajo de su aniversario, junto con un diploma.
Desafiarte	Consiste en un programa de reconocimiento en el cual todos los integrantes del área de Gestión Humana tienen la posibilidad de destacar a sus compañeros y de ser reconocidos. Este programa permite reconocer a un compañero de Oficina de Apoyo como de alguna Tienda.
Graduaciones	Destacamos el esfuerzo a nuestros profesionales recientemente graduados.
Aniversarios de Apertura de Tiendas	Cada aniversario de nuestras Tiendas es un momento para agradecer, festejar y compartir.
Agradecimiento por Gestiones Especiales	Agradecemos la colaboración de nuestra gente cuando se generan proyectos y tareas compartidas que requieren del trabajo integrado entre distintas áreas.
Agradecimiento a nuestras secretarías	Agradecimiento especial es 4 de Septiembre Día de la Secretaria.
Cambio de Tiendas	Agradecimiento homenaje a los colaboradores que cambian de Tiendas.
Agradecimiento de Despedida	Agradecimiento a aquellos colaboradores que por motivos de jubilación o desarrollo personal deciden emprender nuevos desafíos.

6.5 Calidad de Vida

Con el objetivo puesto en contribuir a que nuestra gente equilibre su vida laboral y personal, continuamente buscamos beneficios que le brinden al colaborador un espacio donde pueda sentirse seguro y cuidado. Contamos con beneficios y acciones transversales que buscan cubrir las diferentes necesidades de nuestros colaboradores y ajustarnos a los deseos de los diferentes perfiles. Las principales acciones, beneficios y programas desarrollados son:

Estamos orgullosos de tener una política orientada no solo a aquellos requerimientos relacionados con las condiciones adecuadas para el ejercicio de sus funciones, sino también a cuidar su calidad de vida y la de su núcleo familiar.

Descuentos y Beneficios	Equilibrio Vida Laboral–Personal
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tarjeta de crédito CMR Mastercard ✓ Descuentos en fechas especiales ✓ Beneficio Sodimac Servicios Especiales ¡NUEVO! ✓ Calendarios de descuentos Sodimac ✓ Descuento en Tiendas Sodimac ✓ Descuento en Tiendas Falabella y Falabella.com ✓ Beneficio en construcción, remodelación y mudanza ✓ Descuentos educativos ✓ Portal de beneficios “Nuestra Casa” ✓ Beneficio Sodimac servicios especiales ✓ Descuento seguro de vida optativo ✓ Descuento en seguro de hogar ¡NUEVO! ✓ Descuento en Viajes Falabella ✓ Beneficios diciembre ✓ Uniformes ✓ Servicio Comedor ✓ Obsequios sustentables ✓ Referidos responsables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Viernes corto ✓ Horario flexible ✓ Viernes casual ✓ Licencia sin goce de sueldo por estudio en el exterior ✓ Días adicionales de vacaciones ✓ Licencia extra por estudio ✓ Día Sodimac ✓ Día libre de cumpleaños ✓ Beneficio casamiento ✓ Graduaciones ✓ Festejos fechas especiales (día del padre, día del niño, Pascuas, Navidad) ✓ Vuelta al Cole
<p>Beneficios Vida Saludable</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Torneo de futbol y Torneo de ping pong ✓ Salas de descanso ✓ Descuentos en gimnasios ✓ Día de la fruta ✓ Servicio Médico en Tienda ✓ Medicina prepaga ✓ Charlas de prevención de enfermedades ✓ Chequeo médico anual para ejecutivos ✓ Servicio de comedor y Salas de descanso ✓ Alentamos a nuestros colaboradores a desarrollar una vida sana. Por eso, les acercamos descuentos y oportunidades para adquirir hábitos saludables. 	<p>Maternidad flexible</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Licencia por maternidad – adopción ¡NUEVO! ✓ Reinserción progresiva post-parto ✓ Beneficio pañales ✓ Tiempo libre futura mamá ✓ Ajuar de nacimiento ✓ Beneficio paternidad ✓ Charla de lactancia ✓ Nuestro Programa de Maternidad Flexible se inserta en una serie de acciones tendientes a mejorar el bienestar de nuestras colaboradoras que han sido madres, ayudándolas a equilibrar su vida laboral y personal.

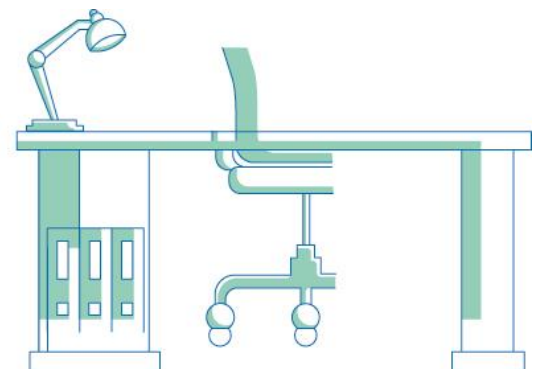
Sodimac Argentina				
	2017		2016	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Número total de empleados que han tenido derecho a permiso parental	27	37	38	53
Número total de empleados que se han acogido al permiso parental	27	37	38	53
Número total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental	27	87	38	84
Número total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y seguían siendo empleados 12 meses después	27	28	38	70



Ayuda y Acompañamiento en momentos especiales

Queremos estar presente en la vida de nuestros colaboradores, y por eso los acompañamos en momentos especiales atravesados por ellos y sus familias.

- ✓ Beneficio catástrofe
- ✓ Enfermedad o fallecimiento de familiar directo
- ✓ Charla inserción laboral para hijos de colaboradores



6.6 Relación con Sindicatos y Estructura Salarial

Tasa de sindicalización del 75% donde opera 1 sindicato, lo que representa a 1.129 colaboradores afiliados (Sodimac Argentina)

Contamos con una Política de Relación Sindical que se sustenta en cuatro Pilares fundamentales:

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

Contamos con una estructura salarial según responsabilidades y nivel jerárquico de cada puesto de trabajo, con el objetivo de asegurar equidad interna en cuanto a las remuneraciones ofrecidas a nuestros colaboradores.

Semestralmente realizamos un análisis de remuneraciones y ajustes por inflación que a su vez va de la mano del resultado de la última evaluación de desempeño. Para asegurar la equidad interna, participamos en diferentes encuestas salariales de mercado que nos brindan información para realizar comparaciones y tomar decisiones en materia de compensaciones y beneficios.

Todos los salarios en Sodimac se encuentran por encima del SMVM. El salario básico inicial supera en un 223% el SMVM en argentina.

Con el fin de continuar mejorando nuestra Política de Compensaciones, hemos buscado la metodología más eficiente para retribuir a nuestros colaboradores, de acuerdo a sus funciones y responsabilidades a cargo, bajo las siguientes herramientas:

Valuación de Puestos: Continuamos con la implementación del Sistema de Valuación de PUESTOS (IPE) que nos permite la evaluación o jerarquización de los puestos facilitando la administración de la equidad, la competitividad y las compensaciones.

Descripciones de Puesto: Este proceso nos permite contribuir no solo a la equidad interna sino también a ordenar el reclutamiento de los candidatos, diseñar el material y contenido de los programas de capacitación, analizar estructuras y disponer de una herramienta que facilita el análisis y el seguimiento de desempeño de los colaboradores.

Encuesta de Compensaciones: Esta herramienta nos permite gestionar la competitividad externa analizando la compensación de un puesto en comparación con puestos similares en el mercado.

Política de Bonos Anuales: Todas las posiciones desde coordinadores en adelante participan de esta política que consta de un pago adicional como plan de incentivo a corto plazo para el personal que busca premiar e incentivar el comportamiento, la eficacia, la dedicación y la performance del personal alcanzado en la política.

Ajustes de Remuneraciones: Las remuneraciones pueden verse reajustadas por contrato, por promoción y/o por mérito. Las Tiendas y Oficinas de Sodimac cuentan con una variada gama de herramientas para premiar y recompensar a los colaboradores:

- ✓ Bonos por procedimientos en el caso de guardias.
- ✓ Incentivos y cumplimientos en el caso de personal de ventas.
- ✓ Premios por rendimiento y responsabilidad en área de abastecimiento y cajas.
- ✓ En las oficinas centrales existen premios y bonificaciones asociadas al cumplimiento de metas específicas
- ✓ Bono anual.

Política de Beneficios: Gestionamos y administramos una serie de beneficios corporativos los cuales forman parte de la compensación total que ofrecemos a nuestros colaboradores como retribución a su trabajo.

6.7 Seguridad y Salud Laboral

El cuidado y seguridad de nuestros colaboradores y clientes es una permanente prioridad. Esta preocupación llevó al desarrollo de una cultura preventiva que involucra una serie de procesos de formación y mejora continua.

Con el fin de mantener un ambiente laboral adecuado en lo que respecta a la salud, higiene y seguridad de nuestros colaboradores, contamos con:

Servicio médico en todas nuestras tiendas	Sala de descanso acondicionado
Brigadistas capacitados en tiendas y oficinas	Cronograma semestral de capacitación en temas de seguridad e higiene

Contamos con un Manual de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente en el cual se incluye nuestra Política de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente en la que se establece como objetivo el lograr las mejores condiciones de trabajo con seguridad y cuidado del medio ambiente en todo puesto de trabajo, proyectando esta política a su ámbito externo.



6.7.1 Educación y Fomento de la Seguridad

El área de Seguridad e Higiene cuenta con un cronograma de capacitaciones específicos de seguridad y salud ocupacional para ampliar los conocimientos de los colaboradores y mantenerlos actualizados para saber enfrentar cualquier situación de emergencia. Por otro lado, cada tienda y oficina tiene un grupo de brigadistas quienes se forman y realizan prácticas de apagado de principios de incendio y evacuación.

El objetivo de dicho cronograma es establecer las necesidades de formación que se requieren para los colaboradores de nuestras tiendas, de forma de poder cumplimentar en la medida de lo posible con la totalidad de los temarios. Entre los que se encuentran:

RCP y atención en los primeros auxilios	Operación segura en autoelevadores	Accidentes, incidentes, enfermedades profesionales	Control de derrames
Trabajo en altura	Simulacros de evacuación	Práctico en uso de extintores	Normas de seguridad y Elementos de protección personal



+ PAUTAS A TENER EN CUENTA EN CASO DE EVACUACIÓN

Prevenir es un hábito

- 

No corras, solo debés salir caminando por la salida de emergencia más próxima a tu puesto de trabajo.
- 

No lleves objetos personales.
- 

Una vez afuera, nos juntaremos en los puntos designados como "puntos de encuentro".
- 

Nunca debés regresar para buscar objetos.
- 

Nunca obstaculices las salidas de emergencia ni te quedes parado frente a ellas, siempre debemos circular hacia el exterior.
- 

No hay héroes, si existen personas entrenadas y un cuerpo de bomberos que nos ayudarán a contener las situaciones de emergencia.
- 

Si hay humo, agachate y gateá. El humo es menos denso que el aire.







6.7.2 Tasa de Accidentalidad, Enfermedades Profesionales y Ausentismo

Tasa Accidentalidad		
	2017	2016
Sodimac Argentina	194	92
Sodimac Uruguay	12	14

	Enfermedades Ocupacionales		Horas Trabajadas		Días Perdidos (a causa de accidentes/e nfermedad profesional)		Días Perdidos (por ausencia)		Días Trabajados	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Sodimac Argentina	7	0	2.870.198	3.067.375	1.159	1.605	2.654	3.050	356.435	516.552
Sodimac Uruguay	0	0	759.447	593.093	480	128	3.059	1.245	94.931	120.182





7 Nuestros Clientes



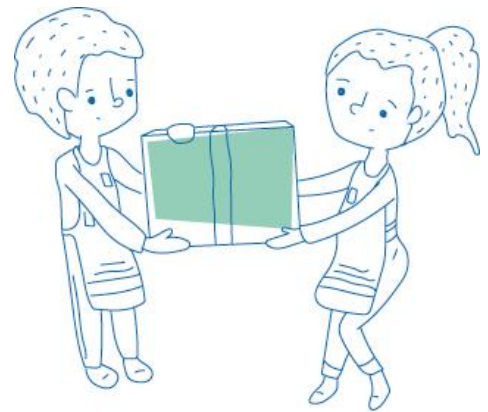
Contenidos GRI
103-1, 103-2, 103-3, 206-1, 416-2, 418-1

Ponemos al cliente en el centro de nuestro quehacer, a través del comercio y marketing responsable; asegurando la disponibilidad, la calidad y la 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.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ Salud y Seguridad de los Clientes
- ✓ Privacidad del cliente
- ✓ Competencia desleal
- ✓ Omnicanalidad, nueva experiencia de compra
- ✓ Comercio y Marketing Responsable

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Queremos ser parte de la casa de nuestros clientes y acompañarlos en los momentos más importantes de sus vidas; pretendemos construir sus sueños junto a ellos, que muchas veces están relacionados con uno de los bienes más valiosos que tienen: sus hogares. Nuestro desafío consiste en inspirar a nuestros clientes y hacerles propuestas accesibles para mejorar su calidad de vida en sus propias casas.

Sodimac enfrenta un escenario cada vez más competitivo y con crecientes exigencias debido a los profundos cambios en los consumidores que están transformando la manera de hacer negocios. La dimensión y velocidad de estos cambios en el mercado y en los consumidores exige transformaciones profundas en la forma de concebir y gestionar el retail.

Ofrecemos a nuestros clientes una gran variedad de productos, provenientes tanto de fabricantes locales como internacionales. Esto ha facilitado la posibilidad de elegir productos más apropiados y adaptados a sus requerimientos y gustos, sofisticando sus decisiones de compra. Al mismo tiempo, los clientes se han vuelto más responsables y exigentes en cuanto a la calidad, procedencia y métodos de elaboración de los productos que adquieren.

Ya no basta con que las empresas sean capaces de aportar desde una perspectiva económica, sino que también deben generar valor social y ambiental, contribuyendo desde su actividad a la solución de los problemas que enfrentan los ciudadanos y el país.

La sostenibilidad de largo plazo de Sodimac exige adquirir nuevos conocimientos y habilidades, focalizar recursos, estimular la innovación y, por sobre todo, fortalecer significativamente la capacidad de escucha activa que tenemos con nuestros clientes y nuestro entorno.

Los avances tecnológicos están revolucionando los hábitos de consumo. Con el desarrollo de las redes sociales, la masificación de Internet y los dispositivos móviles, la competencia está hoy a un click de distancia, los clientes pueden comparar precios y comprar sin necesidad de salir de su hogar.

En un entorno que cambia constantemente, enfrentamos nuevos desafíos avanzando en la extensión del negocio mediante el desarrollo de nuevos formatos, servicios y una creciente presencia digital. Sodimac se encuentra en un proceso de digitalización, integrando cada vez más el mundo real y el virtual, pero no solo como una oportunidad de vender más, sino que como una forma de satisfacer mejor las expectativas de los clientes.

Nuestros Clientes		
CLIENTES		
Familias (dueños y dueñas de casa)	Maestros (contratistas, pequeños especialistas)	Empresas (constructoras medianas y grandes)

Con el avance de Internet, existen cada vez más usuarios; y se espera que este número continúe creciendo. Teniendo en cuenta este escenario es como desarrollamos nuestro negocio: potenciando el comercio electrónico y la digitalización de nuestra organización.

La propuesta de valor de Sodimac hacia sus clientes se enfoca en contribuir a su calidad de vida, buscando cumplir el sueño de sus proyectos, a través de la mejor experiencia en la interacción con la marca.

7.1 Comercio y Marketing Responsable

Sodimac desarrolla una Política de Comercio Responsable buscando resguardar la calidad y seguridad de los productos que ofrece. Nuestra comunicación se apoya en estrictos parámetros ético basados en la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias y de promoción.

El manejo de la privacidad de la información de nuestros clientes se apega al respeto a las normas que nos obligan a mantener reserva de todos sus datos personales y su prohibición de entregar a terceros (incluyendo empresas que tengan relación con Sodimac). En este sentido, durante 2017 no se han registrado incidentes, reclamos o denuncias formales por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, relativos a los impactos en la seguridad y salud de los productos, ni por la violación a la privacidad o fuga de la información.

La información que brindamos sobre los productos que comercializamos cumple con las buenas prácticas en vigor y con la normativa vigente, incluyendo la procedencia de estos así como también consejos sobre una utilización segura por parte del cliente.

Brindamos a nuestros clientes amplia información, condiciones de compra transparentes y un servicio de excelencia, logrando generar en ellos una experiencia de productos y servicios diferenciadora gestando respeto, compromiso, confianza y fidelidad y consolidando una cartera de clientes satisfechos que comparten los principios y valores de Sodimac.

A través de la publicidad, los catálogos promocionales y los catálogos con temáticas acordes a la época del año desarrollados por Sodimac, se fomenta el ahorro y se pretende guiar en las labores y tareas que los clientes pueden ejecutar directamente en sus hogares a través de consejos útiles en el cuidado de su casa.



7.1.1 Nuestras Campañas

Realizamos constantemente estudios de imagen de marca y diferentes Focus Group, tanto con clientes particulares como con especialistas de la construcción, con el objetivo de validar el trabajo de comunicación realizado, entre los cuales se encuentran nuestros catálogos mensuales y todo tipo de pieza de comunicación. Las principales campañas publicitarias que hemos desarrollado en 2017 son:

Gran FERIA Constructor	Somos PetFriendly	Muebles
<p>Realizamos esta iniciativa por décimo año consecutivo reuniendo a 5.000 especialistas y profesionales de la construcción que se encontraron con los stands de las principales marcas del sector y una amplia variedad de cursos relacionados con la construcción en seco y el ahorro de energía en la construcción.</p> 	<p>Desde abril 2017, Sodimac permite el ingreso de mascotas a sus instalaciones, promoviendo la posibilidad de que nuestros clientes realicen sus compras acompañados por ellas.</p> 	<p>Campaña orientada en comunicar la variedad de productos innovadores que tenemos en muebles y organización, y la gran cantidad de alternativas con las que contamos para que realicen sus proyectos.</p> 



Casa ECO

Consejos útiles para cuidar tu casa, tu bolsillo y el planeta



Casa ECO

Campaña de concientización en la que se comunican buenas prácticas de cuidado ambiental sobre el uso de recursos, aconsejando sobre reducción en el uso de energía, ahorro de agua y prácticas de reciclado.

al inicio



ENERGÍA EFICIENTE



AHORRO AGUA



GAS A MEDIDA

Ayúdanos a ayudar que nada se pierda

#yomesumo

Proceso de Compra

Ahora es más fácil darle un uso responsable a tus muebles en desuso. ¿Querés cambiarlos, pero no sabes qué hacer con los antiguos? Entonces esta campaña es para vos! A continuación te mostramos el paso a paso.



Paso 1

Agregá al carrito de compras el Sillón o Futón que más te guste.



Paso 2

En el carrito de compras, seleccioná el tamaño del Sillón o Futón a donar.



Paso 3

Elegí el día y horario de entrega, ese día también se retirará la donación.



Paso 4

Finalizá tu compra. Recibirás la confirmación por mail de tu orden.

Proceso de Restauración

Ahora es más fácil darle un uso responsable a tus muebles en desuso. ¿Querés cambiarlos, pero no sabes qué hacer con los antiguos?

Lanzamos la campaña "Que nada se pierda", promoviendo el reúso social, la reparación y/o disposición responsable de los muebles. ¡Te invitamos a sumarte a esta campaña! Conoce como es el proceso que realizamos junto a la **fundación sí**



RETIRO



ALMACENAMIENTO



CONTROL DE CALIDAD



REUSO SOCIAL



REPARACIÓN



DISPOSICIÓN RESPONSABLE



Gracias por ser parte!

Con tu donación vas a estar recibiendo un voucher por un **20% de descuento** en tu próxima compra. Además, accedes a un sorteo por una **orden de compra por \$20.000**.

7.2 Omnicanalidad, nueva experiencia de compras

“Nos enfocamos en avanzar en la transformación digital de nuestra organización. Seguimos profundizando una estrategia omnicanal que busca integrar el mundo físico y digital, dado que ello marcará el futuro de nuestra compañía”.

Sandro Solari Donaggio, Gerente General S.A.C.I. Falabella

La estrategia omnicanal desarrollada por Sodimac busca ofrecer a los clientes una experiencia consistente con la marca en todos sus canales de contacto. En este ámbito, han sido implementados los *proyectos Product Information Management* (PIM) con la unificación y gestión de toda la información referente a los productos comercializados; se incorporó la señal WI-FI gratis para clientes en las tiendas; programas de retiro en tienda y tienda digital en el punto de venta y los proyectos Despacho a Domicilio Integral (DADI) y Venta Ampliada a Tiendas (VAT).



La omnicanalidad es un medio que nos permite poder homologar los procesos de los distintos canales de ventas orientados a la satisfacción de nuestros clientes.

Desplegando una estrategia de omnicanalidad buscamos ofrecer una experiencia de marca consistente que supere las expectativas de nuestros clientes en cualquier canal que elijan para contactarse con nosotros.

Con el fin de atender a nuestros clientes brindándoles el mejor asesoramiento y una variada y profunda propuesta de productos y servicios, nos capacitamos durante todo el año para contar con las herramientas necesarias al momento de realizar la venta.

7.3 Escuchamos a nuestros clientes

Escuchar a nuestros clientes es un principio fundamental de nuestra relación con ellos, siendo la clave para conocer y anticiparse a sus deseos y requerimientos y poder ofrecerles respuestas a medida de sus necesidades.

Para ello, mantenemos diferentes canales de diálogo para recibir sus inquietudes y contar con una evaluación integral de los servicios de la compañía buscando alcanzar la máxima excelencia en la atención otorgada.

Sistema NPS	Página web	Redes Sociales	Libro de Quejas	SAC
-------------	------------	----------------	-----------------	-----

Tasa de Reclamos				
	Sodimac Argentina		Sodimac Uruguay	
	2017	2016	2017	2016
Reclamos	9.399	12.227	2.381	2.046
Transacciones	3.560.788	3.523.840	915.432	850.299

7.3.1 Programa Promotor

Nuestro modelo de negocio está orientado al cliente, es por eso que definimos utilizar como herramienta de medición de satisfacción, un sistema probado y utilizado en múltiples industrias como es Net Promoter Score/System –NPS–.

En base a dicho programa realizamos encuestas con el propósito de diseñar planes de acción y mejoramiento en nuestras tiendas físicas y virtuales, buscando opiniones al respecto de la experiencia de compra y gestionando en consecuencia.

El modelo de gestión Net Promoter Score (NPS) implementado en todas las tiendas y canales de contacto, nos permite medir el nivel de satisfacción y la calidad de la experiencia que perciben los clientes. NPS 2017 fue de 59,6.

Las encuestas del programa se realizan online y todos nuestros clientes tienen la opción de evaluar el servicio que ofrecemos en todos los canales de venta.

Algunos comentarios recibidos por nuestros clientes:

Fui a comprar algún tipo de cemento y pegamento para una obra en el baño de casa. El empleado que me atendió, Ariel Albornoz si no me equivoqué fue muy atento, además que la tenía re clara, me dió un par de consejos y todo, un capo. Ojalá hubiera más empleados como Ariel.

Excelente nivel profesional y humano en todos los sectores donde fui atendido. Quiero destacar al Sr. Eduardo Badel del sector de Patio Constructor, su compañero (de quien no tengo el nombre) y la Señorita Marie del sector de atención al cliente y cobro de servicios especiales.

Estimados:

Quise realizar la encuesta, pero no cuento con el número de ticket de la compra realizada.

En esta oportunidad, olvidé en la caja, mi tarjeta de débito y mi DNI.

Recién me di cuenta 3 días después, cuando intentaba cargar nafta en una estación de servicio. Observé mis últimas compras por el servicio online del banco, y comprobé que la última transacción la había realizado en Sodimac San Martín. Me acerqué al sector de Control de cajas de la sucursal, y el sr. Marcelo Díaz, con una predisposición y respeto fuera de lo común, buscó hasta encontrar ambos elementos. En reiteradas oportunidades he recibido un trato tan amable y considerado como no he visto en ningún otro local comercial. Es realmente distinto, y es común a todos los empleados con los cuales he tenido contacto a tal punto que vivo a tres cuadras de Easy San Martín, pero voy hasta Sodimac San Martín para realizar mis compras. Agradezco vuestra atención, y lamento no haber podido realizar la encuesta, pero espero que este mensaje sea leído y considerado por alguna autoridad de la empresa. Estoy a disposición para cualquier aclaración.

¡Son geniales todos! Sigan así.

No tengo objeciones para la mejora del servicio de los vendedores. 100% satisfecho

Atención excelente por la señora Viviana Fernández, me ha solucionado y facilitado todo en el local. Muy cordial, atenta, muy predisposta, sonriente y ¡CAPAZ! Destaco lo último ya que fue en busca del problema y encontró la solución. ¡Eternamente agradecida! Me voy feliz. ¡Muchas gracias!

Excelente atención en el patio Constructor quienes orientaron a mi madre, una persona mayor, con la mejor predisposición, profesionalismo y nivel humano. Lo mismo que las chicas de atención al cliente, pedidos especiales y cobro. Soy cliente asiduo de Sodimac y prefiero comparar allí y no en la competencia, dado que allí ¡nos atienden como PERSONAS!



7.3.2 Sodimac en la Redes Sociales

Las redes sociales son una herramienta cada vez más relevante de relacionamiento y contacto entre las personas. Nuestra activa presencia en las mismas nos permite escuchar a los clientes en tiempo real, entender sus expectativas y necesidades y brindar asesoramiento sobre productos y servicios de forma simple y ágil.

Por otro lado, a través de las redes sociales presentamos nuevas campañas publicitarias y fomentamos una comunidad de aprendizaje. Este es un desafío a largo plazo en el cual seguiremos trabajando con énfasis considerando que estos medios nos dan la posibilidad de relacionarnos con nuestros clientes y la comunidad en general de una manera más directa y ajustada a las necesidades de los consumidores.

Monitoreo en Redes Sociales				
	Sodimac Argentina		Sodimac Uruguay	
	2017	2016	2017	2016
Seguidores	402.047	342.233	128.630	100.394
Apariciones Positivas	2.149	1.481	1.100	937
Apariciones Negativas	1.600	469	210	184

En un entorno desafiante, de creciente competencia, Sodimac ha desarrollado una política comercial y de relacionamiento con sus clientes que busca satisfacer sus necesidades, procurando brindarles una experiencia de productos y servicios que éstos valoren y que permita a la empresa diferenciarse en el mercado. Para ello mantiene herramientas activas de escucha en todas sus plataformas de atención, para en base a ese feedback estrechar vínculos e implementar mejoras en beneficio de sus clientes.




Se publican catálogos con las ofertas y promociones del mes, acciones solidarias realizadas, concursos de las tiendas, consejos útiles para decorar el hogar, nuevos productos y lanzamientos.




Se publican comerciales y eventos especiales.




Se publican campañas y eventos.




Estamos incursionando en esta red para que nadie se quede fuera de nuestras novedades.




Compartimos campañas, acciones solidarias, concursos, consejos de decoración, lanzamientos y nuevos productos.

7.4 Círculo de Especialistas Sodimac (CES)

El círculo reúne más de 50.000 especialistas y profesionales de la construcción, para ofrecerles actividades diseñadas para optimizar sus conocimientos y rendimiento profesional dentro del rubro.

El Programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES) es un proyecto emblemático de la empresa en el plano de los negocios inclusivos. Es una comunidad, creada por Sodimac Constructor, que reúne a los profesionales de la construcción ofreciéndoles una serie de beneficios:



Durante 2017 se ofrecieron más de 90 capacitaciones al CES en las que asistieron más de 3900 especialistas y 22 visitas a empresas en las que participaron más de 300 especialistas.

Desde su desembarco en Argentina en 2006, Sodimac ha trabajado con el objetivo de brindar a este segmento, un valor diferencial creando un espacio orientado a desarrollar lazos con un creciente grupo de clientes habituales que incluyen maestros, especialistas y contratistas, con actividades destinadas a mejorar en su trabajo y la gestión de su negocio.

Más de 50.000 socios del Programa Círculo de Especialistas (CES) en Argentina

3° Gran FERIA Sodimac Constructor

Con la presencia de las marcas líderes del sector, se realizó una nueva edición de la Gran FERIA de Capacitación en la que más 5.000 especialistas de la construcción asistieron a 75 capacitaciones en un solo día.



8 Nuestros Proveedores



Contenidos GRI
102-9, 102-10, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1, 308-1, 308-2, 408-1, 414-1

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 proveedores 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 sustentable.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ Trabajo Infantil
- ✓ Gestión de Proveedores y Transparencia Comercial
- ✓ Integración Sedex
- ✓ Prácticas de Adquisición
- ✓ Aprovisionamiento responsable
- ✓ Evaluación ambiental de proveedores
- ✓ Compras Inclusivas

Objetivos de Desarrollo Sostenible



8.1 Gestión de proveedores y transparencia comercial

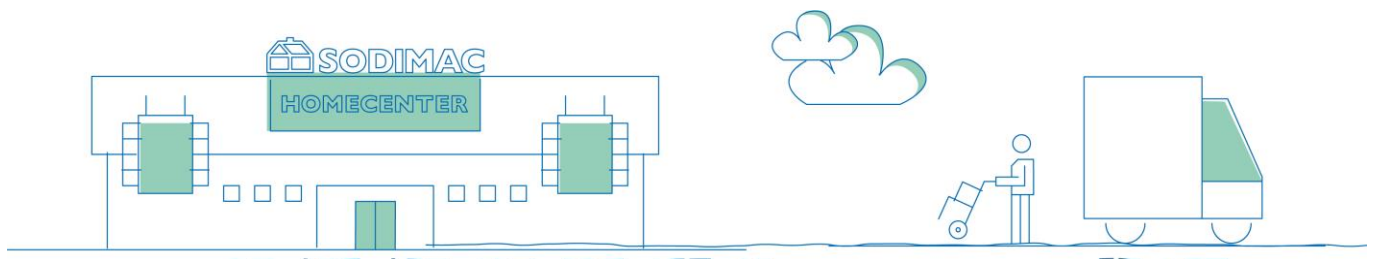
Buscamos establecer relaciones de largo plazo, transparentes, de mutuo beneficio y con un trabajo conjunto basado en reglas claras, junto al incentivo de prácticas de operación responsable logrando un alto nivel de satisfacción frente a las crecientes exigencias de los clientes.

Nos relacionamos con nuestros proveedores en base a los siguientes principios:

- ✓ La colocación de órdenes, y la celebración de contratos y compromisos con proveedores se concreta con total **imparcialidad**, sin favoritismos y privilegiando siempre el interés comercial y patrimonial de nuestra empresa.
- ✓ Se establecen vínculos con proveedores en los que podamos **confiar**, dispuestos a ceñirse a sus normas de calidad y a actuar conforme con las pautas de seriedad con las que procedemos. Las ofertas de proveedores son sometidas periódicamente a **evaluación y comparación**, para obtener continuamente mayor calidad y mejores servicios y condiciones.
- ✓ Nuestros colaboradores deben evitar participar en reuniones, agasajos u otro tipo de celebraciones con proveedores, si es que estas pudiesen comprometer su **independencia de juicio y libre decisión** en favor de los intereses de la empresa.
- ✓ Las invitaciones a evaluar productos, ofrecidos por proveedores, deben ser informadas a la gerencia respectiva, con el fin de **evitar toda posible presión** que comprometa lo indicado en el párrafo anterior.
- ✓ Las decisiones comerciales se basan en el **mérito de las ofertas recibidas** y, en ningún caso, pueden verse influidas por favores, regalos, invitaciones, préstamos o servicios de cualquier naturaleza, que efectúe alguna persona u organización que realice negocios con nuestra empresa o sea competidor de ella. Ningún empleado puede solicitar ni insinuar el pedido de incentivos de ningún tipo como condición para establecer relaciones comerciales con la empresa.

Sodimac selecciona a sus proveedores y contratistas en función de la adhesión a sus normas de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente.

El proceso de selección de proveedores tiene como objetivo establecer las pautas necesarias para realizar las acciones de identificación de la necesidad de compra, selección y análisis de proveedores y/o productos y generación de acuerdo comercial.



Proveedores Argentina		
	2017	2016
De Producto	1.281	944
De Servicio	1.127	1.407
Total	2.408	2.351

Proveedores Uruguay		
	2017	2016
De Producto	848	648
De Servicio	448	215
Total	1.296	863

8.2 Gestión de proveedores y transparencia comercial

Con el propósito de complementar la gestión de riesgos y fortalecer el ambiente de control enfocándose en la gestión, administración y seguimiento de los proveedores del negocio, se conformó un Comité de Riesgo de Proveedores –liderado por el Gerente General- que incluye:

Proveedores por Compra de Mercadería	Proveedores de Logística y Abastecimiento
Proveedores de Servicios	Proveedores de Marca Propia

Los objetivos generales de este Comité, son:

- ✓ Alinear la gestión de riesgos de la empresa con las políticas corporativas relacionadas al tratamiento de proveedores.
- ✓ Generar una Matriz de Riesgos para la gestión y seguimiento de proveedores.
- ✓ Asegurar la eficacia de la gestión de los riesgos propios de este Comité, en cuanto a la identificación oportuna de éstos, su evaluación, aprobación y administración.
- ✓ Para los riesgos propios de este Comité, asegurar la existencia de controles de primera y segunda línea de defensa, que los mismos sean eficaces y coordinados entre ellos.
- ✓ Revisar, actualizar y aprobar los riesgos expuestos en la Matriz de Proveedores.
- ✓ Apoyar la gestión del programa de sostenibilidad y asegurar la implementación de las iniciativas y/o proyectos corporativos de gestión de riesgos.

8.3 Calidad y seguridad de los productos

Sodimac entiende que la sostenibilidad tiene que ser abordada a lo largo de toda su cadena de valor, desde la cadena de suministro a los clientes hasta el ciclo final de vida de los productos que comercializa.

8.3.1 Integración a Sedex

Desde 2015 Sodimac comenzó gradualmente a incorporar a sus proveedores, de toda la región, a Sedex – Supplier Ethical Data Exchange-. Esta organización sin fines de lucro de alcance mundial tiene por objetivo impulsar mejoras en las prácticas empresariales en aspectos relacionados con la ética y la responsabilidad de las cadenas de suministro. Se trata de una plataforma que permite diseñar un programa de abastecimiento responsable a medida, en colaboración con una amplia gama de herramientas para compartir datos éticos, reducir los riesgos, proteger la reputación corporativa y hacer seguimiento de prácticas y no conformidades en la cadena de abastecimiento.

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

En 2017, Sodimac continuó trabajando con Sedex en el desarrollo de un programa de abastecimiento responsable. Nuevos proveedores se sumaron a la iniciativa y se profundizó el trabajo de seguimiento de la cadena de valor, con las auditorías sociales, con el fin de revisar el cumplimiento de los estándares de salud y seguridad de trabajadores, respeto de los derechos humanos, medioambiente y laborales que Sodimac exige.

8.3.2 Vendor Compliance

Nuestros proveedores, tanto nacionales como extranjeros, adhieren al protocolo Sedex Members Ethical Trade Audits (SMETA).

Mediante la firma del documento denominado “Vendor Compliance”, aceptan que Sodimac realice auditorías a sus instalaciones y se comprometen con la Declaración Básica de Responsabilidad Social de Proveedores, y el Código de Conducta, que es aplicable a ellos, el cual contempla:

La declaración de ausencia de:	La declaración de apoyo a:
Trabajo Infantil Trabajo Forzoso o Involuntario Acciones Disciplinarias y Maltrato Discriminación	La libertad de Asociación El cumplimiento de normas de Salud y Seguridad El respeto de Requerimientos Ambientales La Compensación adecuada a sus colaboradores La inclusión de Beneficios a empleados

136 proveedores con cláusula Vendor Agreement y cláusula RSE Vendor Compliance en Sodimac Argentina

Adicionalmente, como apéndice al Código de Conducta, se incluyen los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas y una breve explicación acerca de la importancia de cada uno de ellos.

En este año, continuamos incorporando proveedores locales a este sistema con la firma del Vendor Compliance y seguimos con las auditorías.

15 proveedores fiscalizados en RSE (auditorías sociales de estándares de salud y seguridad de los trabajadores, DD.HH, medioambiente y laboral) en **Sodimac Argentina**.

8.3.3 Visita a plantas de proveedores

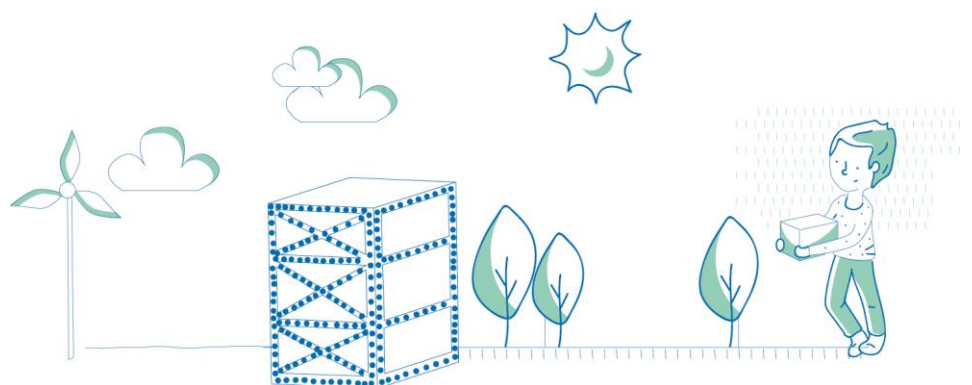
Continuamos con las visitas a las fábricas de nuestros principales proveedores en las que visualizamos el proceso completo de fabricación del producto y, de esta forma, conocer en profundidad las características de los productos, el tipo de material del cual está compuesto, su calidad, etc. A través de estas visitas, se obtienen varias ventajas:

- ✓ Capacitar a nuestros colaboradores con respecto a los productos que vendemos en nuestras tiendas
- ✓ Afianzar la relación con nuestros proveedores
- ✓ Fomentar el compañerismo y el respeto entre los asistentes



Encuentro Anual de Proveedores

Todos los años se realiza el Encuentro Anual de Proveedores, en el que compartimos con ellos las acciones del año y se analizan y planifican las actividades para el año entrante. Es un evento donde nuestro equipo comparte sus planes a largo plazo, aprovechando para conocer más a nuestros proveedores en un ambiente más relajado de trabajo.



8.4 Compras inclusivas

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad contempla la inclusión laboral y, en consecuencia, se han incorporado a la red de proveedores, organizaciones que se caracterizan por producir o desarrollar productos responsables, con contenido social e inclusión. Tal es el caso de la Red Activos - La Usina, cuyos productos y su packaging son realizados por personas con discapacidad apostando a la inclusión y el trabajo justo.

Aprovechamos cada fecha especial o celebración para realizar compras solidarias y responsables con el ambiente y la sociedad.



Red Activos es una empresa social que nuclear a más de 620 trabajadores con discapacidad.



La Usina es una asociación civil sin fines de lucro cuya misión es mejorar la vida de las personas con discapacidad a través de la inclusión laboral y la sensibilización del entorno.



La **Fundación San José Providente** brinda trabajo a personas de bajos recursos bajo el emprendimiento Albricias que se dedica a la producción de chocolates.



FC Bola es una fundación que cree en el juego como herramienta social fundamental en el desarrollo físico y emocional de cualquier chicos. Su misión es donar una pelota a chicos de bajos recursos por cada compra que se realiza a través de ellos.



La **Fundación en Buenas Manos** es una organización social cuya misión es generar un cambio de mirada con respecto del empleo de personas con discapacidad, mediante el desarrollo de emprendimientos autosustentables.



Premio Impulsores de Impacto Social

Por segundo año, RedActivos realizó un reconocimiento a las empresas cliente que realizaron compras inclusivas eligiendo sus productos y servicios. Grupo Falabella obtuvo una mención especial por sus volúmenes de compras e innovación de proyectos trabajados de manera conjunta.

El cumplimiento de las normas de seguridad e higiene, la legislación laboral la cual ratifica la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las convenciones de la OIT, los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, además de los permanentes controles que realizamos en nuestras instalaciones y en las instalaciones de nuestros proveedores, son los mecanismos que utilizamos para comprometernos con la erradicación del trabajo infantil y el trabajo forzoso y obligatorio.





9 Compromiso con la Comunidad



Contenido GRI
 103-1, 103-2, 103-3, 413-1

Buscamos construir una relación mutuamente beneficiosa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos en las comunidades donde estamos presentes; ampliando el acceso a productos y servicios a sectores de menores ingresos que le permitan mejorar efectivamente su calidad de vida; fomentando la empleabilidad local; ofreciendo capacitaciones a clientes y comunidad; potenciando la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ Comunidades Locales
- ✓ Empleabilidad e Inclusión Social
- ✓ Voluntariado

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Alineados a nuestros valores, en especial el de ser retributivo con la comunidad, nos hemos comprometido a contribuir en el desarrollo económico, social y ambiental de manera sostenible, trabajando en conjunto con nuestros colaboradores, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general.

Entendemos que para crecer de manera sostenible debemos actuar responsablemente y generar valor para las comunidades en las que se insertan nuestras operaciones. Con ese objetivo, mantenemos instancias de escucha y relacionamiento permanentes, impulsando acciones que van más allá de la tradicional inversión social, promoviendo la participación de nuestros trabajadores en iniciativas de voluntariado corporativo y apoyando activamente a diversas fundaciones que buscan mejorar las condiciones de vida de las personas y buscando generar vínculos cada vez más estrechos con la comunidad convirtiéndonos en un aporte para el desarrollo de los países donde operamos.

Sodimac es un actor social comprometido y, como tal, las acciones pueden generar efectos sobre la comunidad en la que actúa. Por ello, procuramos mitigar los eventuales efectos negativos que puedan derivar de nuestras operaciones, además de potenciar los efectos positivos buscando crear conciencia en nuestros colaboradores sobre su rol social, generando sinergias con ellos a través de acciones que contribuyan a la comunidad en la que trabajamos. Para ello, implementamos diferentes programas sociales que apuntan a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que estamos insertos.

Voluntariado Corporativo

Brigada Solidaria del CES

Donaciones en especie y
Campañas Solidarias

Para llevar adelante estas acciones con la comunidad, trabajamos en alianzas con diversas fundaciones y asociaciones sin fines de lucro, siendo nuestros principales aliados:





SI es una fundación que tiene como principal objetivo promover la inclusión social de los sectores más vulnerables de Argentina. Desde Sodimac trabajamos en alianza con ellos motivando todas sus áreas de interacción y apoyándolos en cada nueva iniciativa: Residencias Universitarias, Fábricas de Útiles, Fábrica de Juguetes. También, junto a ellos, nos hemos sumado en las diferentes catástrofes naturales que sufrió nuestro país, donando herramientas y otros materiales, para los damnificados, y sumándonos en relevamientos y colectas. Este trabajo es llevado adelante por voluntarios mediante un abordaje integral que trabaja la asistencia, la contención, la capacitación, la educación y la cultura del trabajo.

La alianza entre Sodimac y Fundación Leer permite celebrar el placer de la lectura a través del programa Maratón Nacional de Lectura que tiene como fin ayudar a que los niños y niñas recurran frecuentemente a los libros en busca de entretenimiento e información. Además, para poder asegurar una jornada enriquecedora y exitosa, la Fundación Leer les dicta una capacitación previa a nuestros colaboradores voluntarios en la que se les facilita las herramientas para poder desarrollar la actividad.

Desde el Grupo Falabella, se contrata personal de Fundación Discar para distintas posiciones de trabajo. Realizamos reuniones bimestrales junto con el acompañante de la Fundación y el Jefe del sector a cargo para poder trabajar en mejorar su calidad de vida y su desarrollo profesional. Luego, el acompañante se junta con el colaborador de Discar para transmitirle las temáticas que deben trabajar y hacerle seguimiento.

“Fue muy gratificante participar y estar en la inauguración de la residencia universitaria, escuchar los relatos de los estudiantes que vienen de pueblos muy alejado o provincias aleñañas a Córdoba que de otra forma no podrían tener acceso a la educación”.

Leonardo Biglieri,
Colaborador de Tienda Córdoba.

“La verdad la experiencia es muy enriquecedora. Te llevas una gran sorpresa en todo lo que podés compartir en tan solo unas horas. Y sobre todo, lo que aprendes a través de la creatividad de los chicos a esa edad”

Ignacio Gimenez, Analista de Operaciones DVD.

“A través de nuestro programa de voluntariado corporativo, donaciones en especie a distintas instituciones, y diversas alianzas con fundaciones, afirmamos nuestro compromiso con la comunidad. Gracias al compromiso de cada uno de los que formamos parte de Sodimac, seguimos apostando a mejorar las necesidades de nuestro entorno para lograr cada día mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, proveedores, colaboradores y comunidad”.

Jimena Cosentino, Coordinadora de RSE

En Sodimac Uruguay, nuestro principal aliado es TECHO, con quien compartimos, además de los mismos valores y principios, un interés genuino por mejorar la calidad de vida de las personas insertas en nuestra comunidad.

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

9.1 Voluntariado Corporativo

Procuramos que nuestra actividad beneficie a las comunidades donde estamos presentes, ampliando a sectores de menores recursos el acceso a productos y servicios. De esta forma les permitimos mejorar efectivamente su calidad de vida, generando ofertas innovadoras, ofreciendo capacitaciones a clientes y comunidad, potenciando la participación de nuestros colaboradores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.

1.158 horas de voluntariado Sodimac Argentina
211 horas de voluntariado Sodimac Uruguay

1.4 horas de voluntariado promedio por colaborador

Entre las acciones realizadas se encuentran la construcción de viviendas junto con la organización latinoamericana sin fines de lucro TECHO, junto con ellos y el apoyo técnico de los colaboradores de Sodimac Uruguay logramos la construcción de los proyectos.

Esta alianza implica, además de aporte de dinero, entrega de materiales e insumos, aporte de trabajo voluntario de colaboradores de Sodimac y campañas de difusión a nuestros clientes en beneficio de la institución. Este apoyo se ve plasmado a través de una mesa técnica en la cual participa el Gerente Regional de Uruguay, Gregorio Odriozola, en la cual se reúnen para revisar los proyectos y analizar cuáles son los mejores materiales para la implementación de esos proyectos.



+JORNADAS DE VOLUNTARIADO
 El mejor país se construye entre todos

Sumate a las jornadas de construcción junto a **TECHO** el 26 y 27 de octubre para hacer realidad el sueño de muchas de las personas del Asentamiento Los Sueños. Refaccionaremos el Comunal y construiremos una vivienda. Inscríbete en tu oficina de RRHH. Si tenés dudas escribinos a rsesodimac@sodimac.com.ar



+Fundación SI inaugura su Residencia Universitaria en Córdoba

Desde el Grupo Falabella vamos a apadrinar la Residencia con el mantenimiento de 2 habitaciones, para que más jóvenes tengan igualdad de oportunidades.

Te esperamos el sábado 1/4 a las 18hs en Santiago Cáceres 2741 (Córdoba).






9.2.1 Brigada Solidaria del Círculo de Especialistas

Integrada por plomeros, gasistas, electricistas, albañiles, pintores, entre otros miembros del Círculo de Especialistas, quienes aportan su trabajo de forma voluntaria.

En el marco de su estrategia de sostenibilidad, Sodimac Constructor creó la Brigada Solidaria formada por profesionales de la construcción que a su vez forman parte del CES. De esta manera, el CES además de estimular el desenvolvimiento técnico-profesional de sus socios mediante cursos de capacitación y formación para el desarrollo de competencias que posibiliten un mejor ingreso al mercado laboral, promueve también una cultura del voluntariado para quienes forman parte de ella puedan aplicar sus conocimientos en post de quienes más los necesitan.

Sodimac y sus proveedores donan materiales y la Brigada aporta su mano de obra para cumplir con los sueños de aquellos sectores más vulnerables de la sociedad.

De este modo, procuramos que nuestra actividad beneficie a las comunidades donde estamos presentes. En este sentido, continuamos promoviendo una cultura de voluntariado entre los proveedores, sumándolos a los programas líderes de Sodimac, los cuales están integrados por voluntarios profesionales, que forman parte del Círculo de Especialistas.

9.3 Donaciones y Campañas Solidarias

En alianza con diversas fundaciones e instituciones, realizamos donaciones de materiales siempre apuntando a la construcción, reformas y renovación de mobiliario que ayuda a cada una de las instituciones elegidas a continuar con su misión de la mejor manera posible.



+ SODIMAC EN ACCIÓN
Colecta Solidaria por las inundaciones en Maldonado

Colaborá trayendo:

- Alimentos no perecederos
- Agua
- Ropa
- Sábanas y frazados
- Calzado para niños y adultos

Consultas: maxyane@sodimac.com.uy
Tenés tiempo hasta el domingo 3/9
Acercá tu donación a la Oficina de Gestión Humana

¡Tu ayuda es esperanza!

+ NAVIDAD EN ACCIÓN
La mejor manera de incluir es compartir

¡GRACIAS POR SUMARTE A LA ENTREGA DE LAS CAJAS NAVIDENAS!
Por personas solidarias como vos, creamos una Navidad distinta a: EL COMFORT QUE FUNCIONA EN LA SOCIEDAD DE FOMENTO SANTA LAURA.

Colecta Solidaria para los afectados por las inundaciones
Nos unimos a Fundación Sí para brindar ayuda a los damnificados
Te invitamos a traer **Pañales y Alimentos no perecederos**
(leche en polvo larga vida, agua mineral, aceite y salsas son prioritarios)

Podés dejarlos en tu oficina de IRHH hasta el **martes 18 de agosto** hasta las 17 hs.
También podés llevarlos a la **Fundación Sí** en Ángel Carranza 1962 - CABA
Más info y consultas: arrosset@falabella.com.ar

Sabemos que los que más están sufriendo este clima también **CUENTAN CON VOS.**

SODIMAC    



10 Compromiso con el Medioambiente



Contenido GRI
 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 306-2, 306-4, 307-1

Trabajamos por un desarrollo sostenible, por lo que procuramos disminuir los impactos medioambientales, 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.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- ✓ Cumplimiento ambiental
- ✓ Energía
- ✓ Efluentes y residuos
- ✓ Casa ECO

Objetivos de Desarrollo Sostenible



10.1 Gestión Ambiental

Nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático busca, no solo disminuir el impacto de nuestras operaciones, sino además contribuir a generar conciencia y a motivar cambios positivos entre nuestros clientes en materia medioambiental.

Con la apertura de cada tienda se realizó un Estudio de Impacto Ambiental en el cual se incluye, entre otros, un detalle del marco normativo legal nacional, provincial y municipal, el cual es utilizado como punto de partida para el monitoreo de su cumplimiento y seguimiento.



3 de las 3 Tiendas Sodimac Uruguay fueron construidas bajo el concepto de construcción Ecoamigable.

1 de las 8 Tiendas Sodimac Argentina fueron construidas bajo el concepto de construcción Ecoamigable.

10.2 Uso eficiente de los recursos

Sodimac concibe su desarrollo como un avance continuo, pero respetuoso con el entorno. Buscamos hacer un uso eficiente de los recursos, procurando también medir, reducir y mitigar los impactos de nuestras operaciones.

	Consumo de Energía no renovable KW/h		KW/H sobre Superficie utilizada en m2		Costo total Energía (en moneda local)	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Sodimac Argentina Superficie utilizada m2 98.357	13.157.394	15.817.880	134	161	21.752.681	22.784.609
Sodimac Uruguay Superficie utilizada m2 28.431	3.439.895	3.527.759	121	124	15.380.720	14.302.348

Continuamos implementando el Plan de Acción Ahorro Energético con el objetivo de lograr mejoras en la eficiencia energética de las Tiendas Sodimac.

- ✓ Cambio tecnológico de iluminación: Se reemplazó iluminación tradicional por iluminación a LED. Esto se realizó en 5 de las 8 tienda de Sodimac Argentina.
- ✓ Las Tiendas Sayago y Giannattasio en Sodimac Uruguay cuentan con una central de control centralizado y en base a ellas se arman planes de uso eficiente y se comunican a tienda con el fin de optimizar los usos eléctricos para disminuir el gasto en Kw.

10.3 Gestión de residuos

Somos responsables por la gestión de los residuos que generamos, por lo que realizamos diversas acciones y campañas para minimizar los potenciales impactos negativos en el ambiente. Para ello, comenzamos realizando una clasificación del tipo de residuos que generamos:

- ✓ **Residuos asimilables a urbanos:** Son los residuos generados por nuestras actividades que no tienen calificación de peligrosos (materia orgánica, papel, cartón, plásticos, maderas, gomas, trapos, etc.).

Programa de Reciclado con Fundación Hospital de Pediatría Garrahan

De la mano de la fundación, nos adherimos a sus programas de reciclado de papel y de reciclado de tapitas.

Acción Tapitómetros

Todas las tiendas y oficinas cuentan con un recolector de tapitas plásticas, que promueve la motivación interna y externa de los clientes, para continuar con esta acción de cuidado del medioambiente.

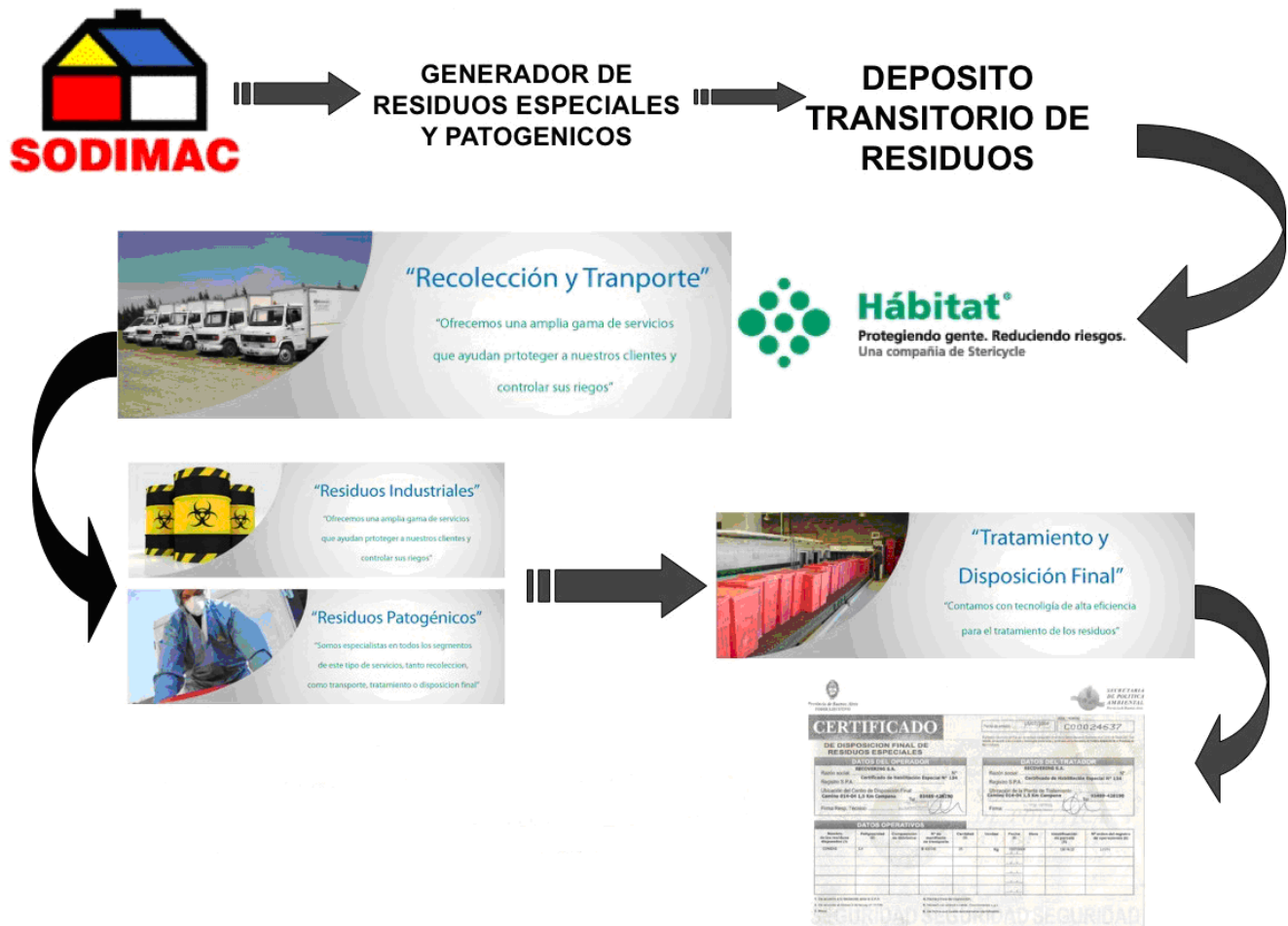
En el 2017, entregamos 4.634 kg. de papel y 18 Kg. de tapitas de plástico, para todo el Grupo Falabella.

Residuos tóxicos y peligrosos/especiales (KG anuales generados – 2016/2017)



- ✓ **Residuos tóxicos y peligrosos/especiales:** Son los residuos que tienen en su composición determinadas sustancias o materiales que, en función de su concentración, cantidad y/o forma de presentación, pueden darle la característica de peligroso (tarros de pintura, aceites lubricantes usados, residuos resultantes de la preparación de lacas o barnices, tubos fluorescentes, solventes, etc.).
- ✓ **Residuos patogénicos:** Son aquellos desechos que presentan características de toxicidad y/o actividad biológica que pueden afectar directa o indirectamente a los seres vivos y pueden causar contaminación en cuerpos receptos (residuos generados en enfermería).
- ✓ **Residuos inertes:** Son aquellos desechos que no presentan ningún riesgo para el medio ambiente y no necesitan ningún tipo de tratamiento previo a su disposición (chatarras, arena, recortes de chapa, vidrio, etc.).

De acuerdo al tipo de residuo producido, se realizan acciones de gestión según la necesidad de tratamiento y disposición final. La gestión de los llamados residuos tóxicos y peligrosos/especiales y los residuos patogénicos se realiza según el siguiente esquema:



10.4 Concientización Ambiental

Conscientes de la urgencia de combatir el cambio climático, realizamos acciones para crear conciencia y fomentar el cuidado ambiental en toda nuestra cadena de valor.

Uno de los objetivos de nuestra Política de Sostenibilidad consiste en concientizar a todos los colaboradores sobre el rol que ocupan como actores sociales en la tarea de contribuir a que Sodimac sea una compañía reconocida por ser socialmente responsable.

Hemos realizado campañas de ahorro y uso racional de energía para nuestros colaboradores al mismo tiempo que procuramos que todos nuestros proveedores conozcan nuestras políticas respecto del cuidado del medio ambiente.

En este sentido, alentamos el ahorro y el uso eficiente de transportes a través de la Política de Traslados fomentando la realización de reuniones virtuales, viajes compartidos, entre otros.

Campaña Justo

Con el objetivo de generar conciencia a través de la difusión de ideas para el uso justo de los recursos naturales, lanzamos la Campaña Justo con un “Decálogo de un Equipo Justo” y la realización de diferentes campañas sobre el uso eficiente de los recursos: Energía, Agua y Papel.

Iniciamos una campaña sobre el
uso eficiente de los recursos naturales

TENDRÁ TRES ETAPAS:

energía



agua



papel



Comenzamos con **Energía. Sumate**, seamos un equipo **JUSTO**

falabella.

CMR
Falabella

 **SODIMAC.**

AGENTE DE
Seguros
Falabella
Estamos con vos

viajes
Falabella

SPL



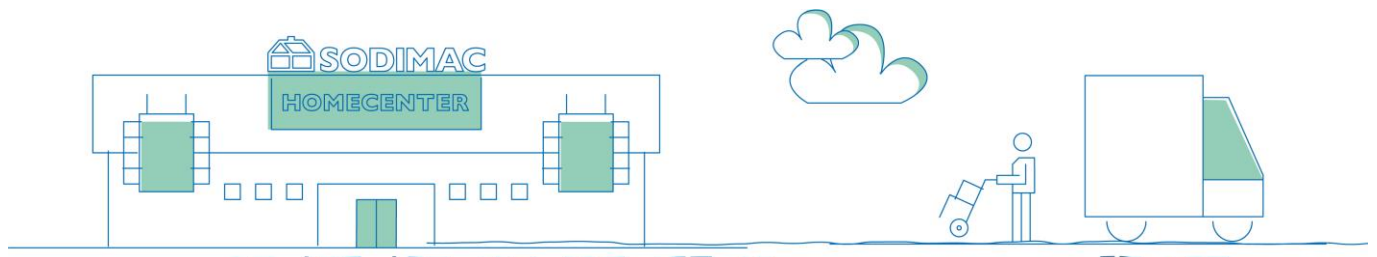
Índice de contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido		Capítulo	Pág.	Omisión	ODS	Pacto Global
GRI 102 Contenidos Generales							
Perfil de la organización	102-1	Nombre de la organización	2	7			
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	2	7			
	102-3	Ubicación de la sede	2	7			
	102-4	Ubicación de las operaciones	2	7			
	102-5	Propiedad y forma jurídica	2	7			
	102-6	Mercados servidos	2	7			
	102-7	Tamaño de la organización	2	7			
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	6	40		8	6
	102-9	Cadena de Suministro	8	71			
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	8	71			
	102-11	Principio o enfoque de precaución	4	30			
	102-12	Iniciativas externas	2	7			
	102-13	Afiliación a asociaciones	2	7			
Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	1 -2	5,6,7			
	102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	1 -2	7			
Ética e integridad	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	2 - 4	7,30		16	10
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	4	30		16	10
Gobernanza	102-18	Estructura de gobernanza	4	30			
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	3 - 4	16,30			
	102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	3	16		16	
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	4	30		5 y 16	
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	4	30		16	
	102-24	Nominación y selecció n del máximo órgano de gobierno	4	30		5 y 16	
	102-25	Conflictos de intereses	4	30		16	
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	4	30			
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	4	30			
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	3 – 4	16,30		16	
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión de riesgo	4	30			
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	3	16			
Prácticas para la elaboración de informes	102-40	Lista de grupos de interés	3	16			
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	3	16			
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	3	16			
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	3	16			
	102-47	Lista de temas materiales	3	16			
	102-50	Periodo objeto del informe	3	16			
	102-51	Fecha del último informe	3	16			
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	3	16			
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	3	16			

	102-54	Declaración de elaboración del informe con conformidad con los estándares GRI	3	16			
	102-55	Índice de contenidos GRI	11	89			
GRI 200 Estándares Económicos							
Aspecto material: Desempeño Económico							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	5	16,38			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,38			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,38			
GRI 201-Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido		38		2, 5, 7, 8 y 9	
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno		38			
Aspecto material: Prácticas de adquisición							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	8	16			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16			
GRI 204-Prácticas de adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales		71		12	
Aspecto material: Anticorrupción							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	4	16			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16			
GRI 205-Anticorrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		30		16	
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		30		16	
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		30		16	
Aspecto material: Competencia desleal							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	7	16			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16			
GRI 206-Competencia desleal	206-1	Competencia desleal		30		16	
GRI 300- Estándares Ambientales							
Aspecto material: Energía							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	10	16,84			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,84			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,84			
GRI 302-Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización		84		7, 8, 12 y 13	7 y 8
Aspecto material: Efluentes y residuos							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	10	16,84		12, 13, 14 y 15	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,84			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,84			
GRI 306-Efluentes y residuos	306-2	Residuos por tipo u método de eliminación		84		3, 6 y 12	8
	306-4	Transporte de residuos peligrosos		84		3 y 12	8
Aspecto material: Cumplimiento ambiental							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	10	16,84		12, 13, 14 y 15	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,84			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,84			
GRI 307-Cumplimiento ambiental	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		84		16	8

Aspecto material: Evaluación ambiental de proveedores							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	8	16,84			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,84			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,84			
GRI 308- Evaluación ambiental de proveedores	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	8	71			8
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		71			
GRI 400 Estándares Sociales							
Aspecto material: Empleo							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	6	16,40			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,40			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,40			
GRI 401- Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	6	40		5 y 8	6
	401-2	Beneficios para empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial y temporales		40		5 y 8	
	401-3	Permiso parental		40		5 y 8	6
Aspecto material: Relaciones Trabajador – Empresa							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	6	16,40			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,40			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,40			
GRI 402- Relaciones Trabajador – Empresa	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	6	40		8	3
Aspecto material: Salud y Seguridad en el Trabajo							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	6	16,40			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,40			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,40			
GRI 403- Salud y Seguridad en el Trabajo	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	6	40		3 y 8	
Aspecto material: Formación y educación							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	6	16,40			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,40			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,40			
GRI 404- Formación y educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	6	40		4, 5 y 8	6
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		40		8	
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		40		5 y 8	6
Aspecto material: Diversidad e Igualdad de Oportunidades							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	4 - 6	16,40			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,40			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,40			
GRI 405- Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	4 - 6	30,40		5 y 8	6
Aspecto material: No Discriminación							
GRI 103- Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	4 - 6	16,40			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,40			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,40			
GRI 406- No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	4 - 6	30,40		5, 8 y 16	6

Aspecto material: Trabajo infantil							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	8	16			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16			
GRI 408-Trabajo infantil	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		71		8 y 16	5
Aspecto material: Prácticas en materia de seguridad							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	4	16			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16			
GRI 410-Prácticas en materia de seguridad	410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas y procedimientos de derechos humanos		30		16	1
Aspecto material: Comunidades locales							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	9	16,78			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,78			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,78			
GRI 413-Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		78			1
Aspecto material: Evaluación social de los proveedores							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	8	16			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16			
GRI 414-Evaluación social de los proveedores	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales		71		5 y 16	2
Aspecto material: Salud y seguridad de los clientes							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	7	16,61			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,61			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,61			
GRI 416-Salud y seguridad de los clientes	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios		61		16	
Aspecto material: Privacidad del cliente							
GRI 103-Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	4 - 7	16,61			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		16,61			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		16,61			
GRI 418-Privacidad del cliente	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente		30,61		16	





Coordinación y contenidos

Gerencia de Gestión humana y RSE

Asesores externos

AG Sustentable

www.agsustentable.com

Diseño gráfico

Bondi | comunicación + diseño

www.estudiobondi.com.ar



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017



www.sodimac.com