



JUNTOS
CONSTRUIMOS
SUEÑOS Y PROYECTOS
DE HOGAR.



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2018,
ARGENTINA Y URUGUAY.



1. Relato Sodimac	6
2. Mensaje de la Dirección	6
2.1 Carta del Gerente General	7
2.2 Carta del Gerente Regional Uruguay	9
3. Perfil de Sodimac	10
3.1 ¿Quiénes somos?	12
3.2 Tiendas, Productos y Servicios	18
3.3 Sodimac Argentina y Uruguay	20
3.3.1 Nuestra Historia	20
3.3.2 Alianzas, Premios y Reconocimientos	22
4 Sostenibilidad, Diálogo y Transparencia	26
4.1 Compromiso con la Sostenibilidad	28
4.2 Lineamientos de Sostenibilidad	29
4.2.1 Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	29
4.2.2 Pacto Global de Naciones Unidas	32
4.2.3 Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales	33
4.2.4 ISO 26000	34
4.3 Gestión de la Sostenibilidad	35
4.3.1 Índice de Sostenibilidad	36
4.4 Nuestros Grupos de Interés	39
4.5 Sobre el Reporte	40
4.5.1 Aspectos Materiales	42
5 Nuestro Desempeño	48
5.1 Gobierno, Ética e Integridad	52
5.1.1 Gobierno Corporativo	55

5.1.2 Ética Empresarial	56
5.1.3 Gestión de Riesgos	62
5.1.4 Derechos Humanos	66
5.1.5 Desempeño Económico	68
5.2 Nuestros Colaboradores	74
5.2.1 La casa donde crecen tus sueños	76
5.2.2 Inclusión, Diversidad y No Discriminación	77
5.2.3 Gestión del Talento y Desarrollo Profesional	81
5.2.4 Clima Laboral	86
5.2.5 Calidad de Vida	89
5.2.6 Relación con Sindicatos y Estructura Salarial	94
5.2.7 Seguridad y Salud Laboral	97
5.3 Nuestros Clientes	98
5.3.1 Nuestros Clientes	100
5.3.2 Comercio y Marketing Responsable	102
5.3.3 Profundización y transformación digital	104
5.3.4 Escuchamos a nuestros clientes	107
5.3.5 Círculo de Especialistas Sodimac (CES)	109
5.4 Nuestros Proveedores	110
5.4.1 Gestión de Proveedores y Transparencia Comercial	112
5.4.2 Calidad y Seguridad de los Productos	115
5.4.3 Compras Inclusivas	118
5.5 Compromiso con la Comunidad	120
5.5.1 Nuestras Comunidades	122
5.6 Compromiso con el Medioambiente	133
5.6.1 Gestión Ambiental	134
5.6.2 Concientización Ambiental	138

6 Índice de Contenidos GRI	144
-----------------------------------	------------

1. Relato Sodimac



Somos Sodimac, una organización dedicada al mejoramiento del hogar, hemos crecido y contamos con distintas Empresas que conforman nuestra identidad. Hoy somos **Maestro, Dicico, Imperial Homy, Constructor, Homecenter** 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 Falabella** 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.**

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

Nuestra mirada de éxito está en crecer, ser rentable y al mismo tiempo **lograr ser la Empresa más querida, admirada y respetada por nuestros trabajadores, proveedores, clientes y comunidades.** Sabemos que el cariño sólo se logra cuando vivimos el **REIR: este es nuestro sello**, una actitud simple y profunda para vivir el trabajo y nuestras relaciones, basadas en el respeto, haciendo las cosas con excelencia, siendo responsables de nuestros impactos y actuando siempre de manera íntegra.

Hoy nuestro desafío es mirar el futuro y entender cómo seguir aportando a nuestros clientes y comunidades a mejorar su calidad de vida a través del hogar. Tenemos que estar abiertos y ser capaces de adaptarnos a las nuevas necesidades de los distintos estilos de vida, debemos innovar y sobre todo colaborar.

Somos nosotros las personas de Sodimac, las que hacemos esto posible. **Vivamos todos los días nuestro propósito: Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.**

Contenidos GRI
102-14, 102-15

2. Mensaje de la Dirección

2.1 Carta del Gerente General

Por cuarto año consecutivo ponemos a disposición de nuestros grupos de interés nuestro Reporte de Sostenibilidad. Este reporte es una herramienta que nos permite comunicar el desempeño económico, social y medioambiental de Sodimac Argentina y Uruguay, como así también los compromisos y los logros que hemos alcanzado en el marco de nuestra política de sostenibilidad, y la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Durante el 2018, Sodimac Argentina debió actuar en un contexto ciertamente complicado por las caídas en los niveles de actividad, que son públicamente conocidas. Este escenario representó un interesante desafío para la organización, que mantuvo el foco en el cliente y en su gente, como lo ha hecho siempre.

A nivel interno, y regionalmente, contamos con un Index de sostenibilidad, que nos permite medir y gestionar todos nuestros procesos. Lo realizamos anualmente para poder mejorar, adoptar buenas prácticas, y apuntalar nuestro accionar socialmente responsable. Los resultados de 2018 nos indican que estamos en muy buen camino, mostrando un incremento de +14 puntos respecto del Index 2017.

2018 fue también un año de importantes reconocimientos para nuestra compañía. Fuimos distinguidos por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica (AMCHAM) con el Premio Ciudadanía Empresaria en la categoría Colaboradores Interiores por los compromisos, principios y acciones que ponemos en práctica, y por tercer año consecutivo

con el “Premio Impulsores de Impacto Social” por nuestro compromiso continuo junto a Red Activos (Empresa Social de la ONG La Usina).

Otro hito importante de este período fue la entrada en vigencia de nuestro Programa de Integridad, el cual tiene por objeto implementar efectivamente, un conjunto de acciones, mecanismos y procedimientos internos de promoción de la integridad, supervisión y control, destinados a prevenir, detectar, corregir y evitar la comisión de los delitos previstos por la Ley 24.701 de Responsabilidad Penal Empresaria.

En materia de practicas laborales, trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo, de relaciones transparentes con los colaboradores y donde el diálogo es un mecanismo esencial de relacionamiento. En este sentido en 2018, obtuvimos el 5º puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Argentina (en la categoría más de 1.000 colaboradores).

Continuamos trabajando en poner al cliente en el centro de nuestro quehacer, asegurando la disponibilidad, la calidad y la seguridad de nuestros productos; respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas. En este sentido, seguimos 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.

En materia de inversión social continuamos trabajando alineados a nuestros ejes de trabajo de Gestión de la Comunidad, Empleabilidad Local e Inclusión y Comercio local, buscando ser retributivo con la comunidad, trabajando en conjunto con nuestros colaboradores y sus familias.

Los invito a recorrer nuestro informe y a que nos hagan llegar sus opiniones y comentarios, los cuales nos permitirán seguir creciendo y mejorando.

Pablo Ardanaz
Gerente General de Sodimac Argentina y Uruguay



2.2 Carta del Gerente Regional Uruguay

Alineados a la estrategia de Sostenibilidad del grupo continuamos trabajando en nuestro compromiso de ser la empresa más querida, admirada y respetada por la comunidad en donde tenemos presencia, a través de nuestras tres tiendas.

Durante el 2018 nos propusimos realizar un workshop de revisión de todo el negocio con el propósito de alcanzar los objetivos del año y prepararnos para cumplir con los planes de los próximos 3 años.

Hemos realizado cambios en los procesos y equipos que nos permitieron conseguir muy buenos crecimientos en ventas y así captar una cuota mayor de mercado. Asimismo, confirmamos nuestro posicionamiento de marca como la más reconocida y querida del mercado de mejoramiento del hogar.

Como hechos relevantes del 2018, obtuvimos el 6º puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Uruguay (en la categoría grandes empresas), continuamos trabajando con nuestros principales aliados en materia de inversión social, 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, y con la Asociación Down de Maldonado Uruguay, ambas organizaciones con quienes hemos llevado adelante nuestros programas de donaciones y más de 230 horas de voluntariado corporativo. Como siempre, no quiero dejar de agradecer a todos los que forman parte de la “familia Sodimac Uruguay” quienes siguen trabajando 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.

Gregorio Odriozola
Gerente Regional de Sodimac Uruguay





PERFIL
SODIMAC®



03

3. PERFIL SODIMAC

Contenidos GRI
102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-12, 102-13, 102-16
Objetivos de Desarrollo Sostenible
16 y 17



3.1 ¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una Compañía de Retail, líder en Latinoamérica, que comercializa productos para la construcción y el mejoramiento del hogar. Desarrollamos soluciones integrales a nuestros clientes ofreciendo excelencia en el servicio y un fuerte compromiso con la comunidad.

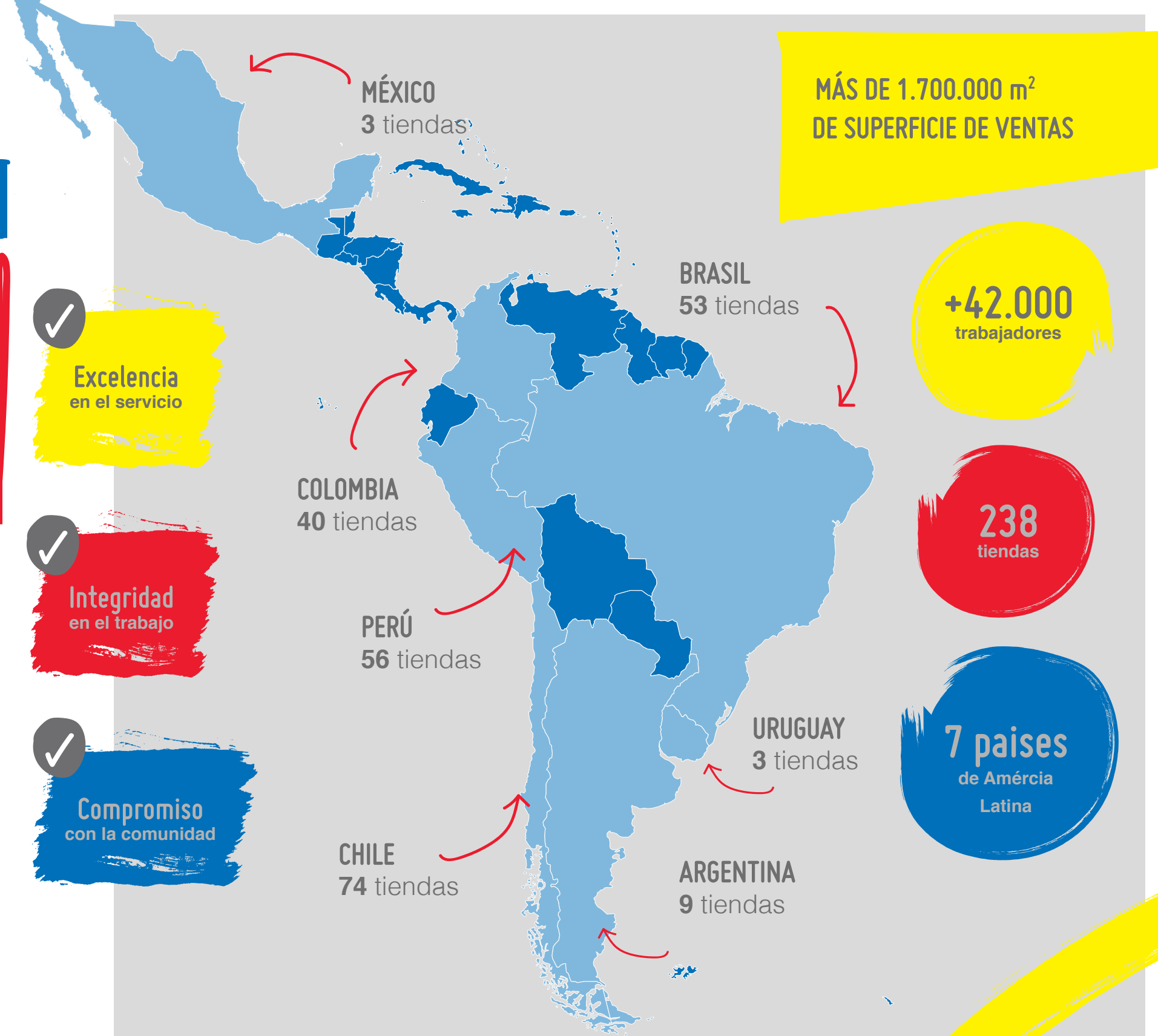
Sodimac es una empresa, parte del Grupo Falabella S.A, que opera en el retail, industria donde alcanzó una posición de liderazgo en el mercado de tiendas para el mejoramiento del hogar. Nuestra actividad se focaliza en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de construcción de nuestros clientes,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

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.

✓
Excelencia en el servicio

✓
Integridad en el trabajo

✓
Compromiso con la comunidad



Desarrollamos un modelo de negocio con distintos formatos de Tiendas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, empresas, maestros especialistas y familias.



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

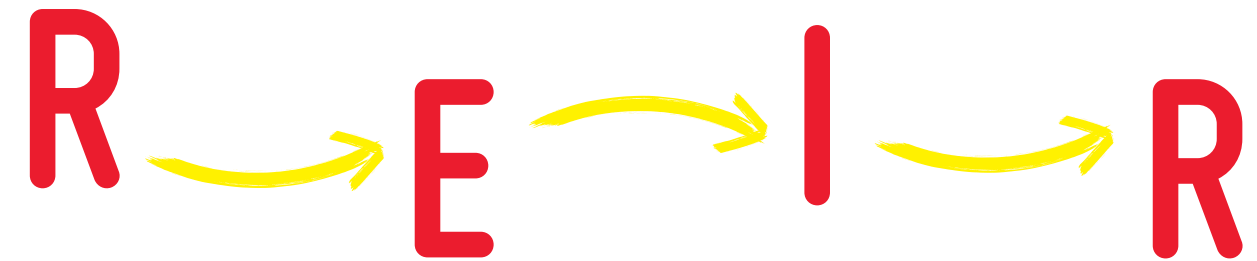
Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mejorando la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, clientes, trabajadores y proveedores en América.

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.

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.



RESPETO

Reconocemos el valor de las personas y la importancia de la diversidad, respetando sus derechos y dignidad. Igualmente, escuchamos y valoramos las opiniones de todos los que conformamos SODIMAC, así como de nuestros grupos de interés. Diversidad y Trabajo en Equipo.

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

EXCELENCIA

Valoramos la excelencia en nuestro actuar, dando lo mejor de nosotros mismos, ya que es una forma de entregar todo lo que prometemos a nuestros compañeros de trabajo y clientes.

Excelencia en el servicio al cliente, espíritu emprendedor e innovador, rentabilidad para los accionistas.

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

INTEGRIDAD

La integridad para nosotros significa tomar decisiones de manera honesta, justa, ética transparente y de confianza respecto a todos nuestros grupos de interés.

Honestidad y Transparencia.

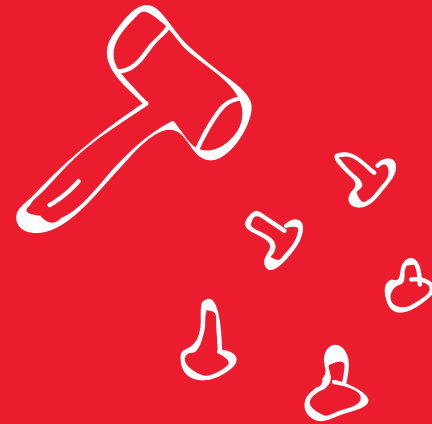
Somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que decimos y hacemos

RESPONSABILIDAD

Todas nuestras acciones las realizamos con seriedad y responsabilidad social, cumpliendo nuestros deberes.

Cuidado y desarrollo de nuestra gente y Responsabilidad Social.

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.

	2018	2017	2016	2015
México				
Puntos de Venta	3	-	-	-
Trabajadores	800	127	-	-
Superficie de venta m2	34.610	-	-	-
Brasil				
Puntos de Venta	53	57	55	57
Trabajadores	3.320	3.317	2.989	3.150
Superficie de venta m2	163.746	167.434	147.573	142.798
Chile				
Puntos de Venta	74	74	71	71
Trabajadores	18.020	18.156	17.230	17.783
Superficie de venta m2	686.258	669.775	636.849	636.849
Perú				
Puntos de Venta	56	56	56	57
Trabajadores	9.684	9.995	9.348	9.633
Superficie de venta m2	372.382	371.714	342.942	372.401
Colombia				
Puntos de Venta	40	38	38	35
Trabajadores	8.933	8.448	8.290	7.958
Superficie de venta m2	385.290	368.383	376.888	342.282
Argentina				
Puntos de Venta	9	8	8	8
Trabajadores	1.606	1.503	1.519	1.619
Superficie de venta m2	94.073	85.941	83.736	83.736
Uruguay				
Puntos de Venta	3	3	3	2
Trabajadores	438	423	375	359
Superficie de venta m2	24.849	24.849	24.319	19.211

3.2 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 hogares.




Hemos implementado una exitosa estrategia de segmentación de mercado en el desarrollo del negocio basada en diferentes formatos de ventas 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.

Sodimac, una marca que desarrolla formatos y trasciende fronteras, para acercarse a nuevos clientes y nuevos mercados sin perder su identidad.

Nuestros clientes encuentran una solución completa a sus necesidades, ya que nuestras tiendas ofrecen calidad, asesoramiento, venta y despacho de productos.

Modelo de Negocio

Mercados	Mejoramiento del Hogar Mantenimiento y Reparación del Hogar Obras Nuevas	
Clientes	Familias (dueños y dueñas de casa) Maestros (contratistas, pequeños especialistas) Empresas (constructoras medianas y grandes)	
Formato de Tiendas	Sodimac Homecenter 	Ofrecen una amplia variedad de productos y servicios, destinados al equipamiento, renovación, remodelación y decoración, y se orientan principalmente a familias que buscan mejorar sus hogares.
	Sodimac Constructor 	Apunta a profesionales, maestros y contratistas que buscan materiales de construcción y productos de ferretería de buena calidad y al mejor precio. Estos clientes exigen una atención rápida y experta, por lo que las Tiendas están estructuradas entorno a un patio que permite cargar los vehículos de los clientes directamente y luego pagar de modo expedito.
	Venta Empresas VENTAEMPRESAS	Atiende a empresas constructoras, industriales y metalmecánicas, así como a ferreterías. Estos clientes compran grandes volúmenes y requieren mucha formalidad en el cumplimiento de los compromisos y plazos de entrega
	Sodimac.com 	Canal de Venta a Distancia y Servicios, en términos estratégicos representa un complemento de apoyo al negocio global de Sodimac. Esto implica que al proceso de venta tradicional se suman servicios de arriendo, despacho a domicilio, apoyo con información y orientación a través de la página web y el Call Center de la compañía. El objetivo es que el cliente obtenga un mejor acceso a la más amplia variedad de productos y servicios que ofrecemos.
		Todas nuestras tiendas poseen los siguientes departamentos: 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: 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.



3.3 Sodimac Argentina y Uruguay



“Desde nuestro origen, desde nuestros primeros equipos, hemos trabajado siempre para lograr una cultura de profunda vocación de servicio y de valores compartidos. Gracias a esa vocación de servicio, y al apasionado compromiso de todos nosotros, hemos logrado un gran crecimiento en nuestra organización. Crecimiento que nos permitió mejorar la calidad de vida de cada vez más colaboradores y clientes. A su vez, son los valores compartidos los que nos identifican, los que nos hacen sentir a todos que “somos parte” de un equipo, que hay un hilo primordial que nos guía y nos une”.

Pablo Ardanaz, Gerente General de Sodimac

En Argentina estamos presente desde 2008 y en Uruguay desde 2015. En ambos países en los formatos de 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.

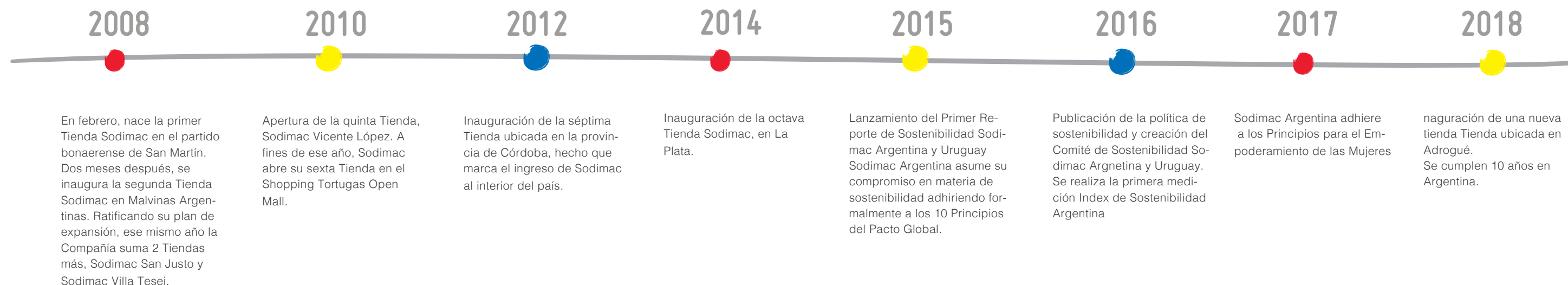
Comprometidos en ser una empresa socialmente responsable desde el inicio de nuestras operaciones en el país.

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 mayor reconocimiento de la marca.

3.3.1 Nuestra historia



3.3.2 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.

3.3.2.1 Premios y Reconocimientos



Premio Impulsores de Impacto Social

Fuimos reconocidos por tercer año consecutivo con el "Premio Impulsores de Impacto Social" por nuestro compromiso continuo junto a Red Activos (Empresa Social de la ONG La Usina). A través de los obsequios que entregamos en nuestras acciones, nos comprometemos a generar innovación social y una cultura más inclusiva.



Distinción Valor RSE+Competitividad AMIA-BID-FOMIN

En la 5ª Edición de la Jornada "RSE: Tendencias e Integración de la Cadena de Valor" que organiza Valor RSE+Competitividad de AMIA-BID-FOMIN recibimos la entrega de una distinción por nuestro compromiso e involucramiento en la gestión sostenible de nuestra cadena de valor.



Reconocimiento Fundación Forge Uruguay

Por tercer año consecutivo Sodimac Uruguay fue reconocido por Fundación Forge con dos menciones: por el valioso apoyo en la inserción laboral de los jóvenes y por la importante contribución realizada.



Premio Ciudadanía Empresaria- AMCHAM

Fuimos distinguidos por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica (AMCHAM) con el Premio Ciudadanía Empresaria 2018 en la categoría Colaboradores Internos por los compromisos, principios y acciones que ponemos en práctica para ofrecer condiciones de trabajo justas, motivadoras, saludables y seguras para nuestros colaboradores y terceros contratados.

Ranking Mejores Empresas para Trabajar en Argentina y Uruguay

Cada año Great Place to Work® elabora y publica las listas de las mejores empresas para trabajar en cada uno de los países donde está presente. En 2018, obtuvimos el 5º puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Argentina (en la categoría más de 1.000 colaboradores) y el 6º puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Uruguay (en la categoría grandes empresas).

Ranking Mejores Empresas para Trabajar en América Latina

Estamos orgullosos de decir que somos parte de las mejores multinacionales para trabajar en América Latina. 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. Como Grupo Falabella ocupamos la posición N°25.

3.3.2.2 Membresías

Impulsamos el desarrollo de políticas públicas a partir de nuestra participación en diferentes cámaras y asociaciones empresariales.

Miembros de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global

En septiembre 2018, se llevó a cabo la 6° Asamblea Nacional de la Red Argentina del Pacto Global “Unidos para el Mundo que Queremos” en la cual el Grupo Falabella, junto a 31 organizaciones más, fue elegido para ser parte de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global para el período 2018-2020.

IARSE

Desde el año 2012, somos miembros de IARSE, cuya finalidad es promover la colaboración mutua entre las empresas que han decidido hacer de su conducta responsable un valor a partir del cual contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sustentable.

DERES Uruguay

Es una organización empresarial sin fines de lucro que reúne a las principales empresas de Uruguay que buscan desarrollar la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Busca Lograr que el empresariado uruguayo desarrolle una gestión inclusiva y sustentable.

Firma de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres – ONU

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”. 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.

Cámara Argentina de Comercio y Servicios- CAC

Como parte del Grupo Falabella, somos miembro del Consejo Directivo de la Cámara.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico

Sodimac es miembro del Consejo Directivo de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.



SOSTENIBILIDAD, DIALOGO Y TRANSPARENCIA



4. Sostenibilidad, Diálogo y Transparencia

- Contenido GRI**
102-19, 102-20, 102-21, 102-29, 102-32, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54,
- Objetivos de Desarrollo Sostenible**
16
- Principios Pacto Global**
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10
- Aspectos materiales y Temas estratégicos**
 - Integración de la Sostenibilidad
 - Lineamientos y Gestión de Sostenibilidad
 - Relacionamiento con Grupos de Interés
 - Rendición de Cuentas y Transparencia
 - Materialidad



4.1 Compromiso con la Sostenibilidad

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

Nos comprometemos a contribuir a una sociedad más justa y solidaria, participando activamente para fomentar el desarrollo social, económico y ambiental de manera sostenible, trabajando con los colaboradores, sus familias, clientes, proveedores, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar la calidad de vida.

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.

4.2 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.

El objetivo de esta 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 socialmente responsable. De esta forma, se facilita el cumplimiento de los objetivos estratégicos y el desarrollo sostenible de sus colaboradores, sus clientes y la comunidad donde se inserta.

[Más info >](#)



Estamos comprometidos con las mejores prácticas locales e internacionales en materia de sostenibilidad.

ISO 26000

- > Es una norma que actúa como guía para la formación de la responsabilidad social de las empresas con una conducta ética y transparente, en post de la sostenibilidad global y según reglamentaciones internacionales.

OCDE

- > Directrices para empresas multinacionales en los ámbitos de gobernanza, ambiental y social.

Pacto Global de Naciones Unidas

- > Suscribimos al Pacto Global de Naciones Unidas y los principios referentes a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción.

Human Right Compliance Assessment (HRCA)

- > Herramienta diseñada para detectar riesgos de derechos humanos en las operaciones de las empresas. Cubre todos los derechos humanos reconocidos internacionalmente y su impacto en todas las partes interesadas, incluidos los empleados, las comunidades locales, los clientes y los gobiernos.

Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

- > Ofrecen un conjunto de reflexiones destinadas a ayudar al sector privado a centrarse en los elementos clave para la promoción de la igualdad de género en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.

Global Reporting Initiative (GRI)

- > Organización sin fines de lucro cuyo fin es dar un marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad en el ámbito institucional. En este sentido, establece los principios e indicadores que se utilizan para medir y dar a conocer el desempeño económico, ambiental y social.

Dow Jones Sustainability Indices

- > Es un índice mundial que valora las buenas prácticas de las empresas bajo criterios sociales, medioambientales y económicos.



Contribuimos al desarrollo sustentable analizando los objetivos y metas vinculadas con nuestro negocio tanto para minimizar nuestros impactos negativos como para maximizar los positivos desde nuestra propia actividad, colaborando para crear un mundo mejor, más consciente de sus recursos naturales, más inclusivo y equitativo.

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

Relaciones Laborales

- 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

Compromiso con la Comunidad

- Gestión de la comunidad
- Empleabilidad local
- Inclusión y comercio local

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

- Lineamientos y gestión de la sostenibilidad
- Ética, DDHH y probidad
- Rendición de cuentas y transparencia
- Gestión de riesgos
- Relacionamiento con grupos de interés
- Innovación y desarrollo
- Desempeño económico

Aprovisionamiento Responsable

- Gestión de proveedores
- Innovación
- Canales de atención y reclamos
- Apoyo a pymes
- Control de calidad

Comercio y Marketing Responsable

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

Medioambiente

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

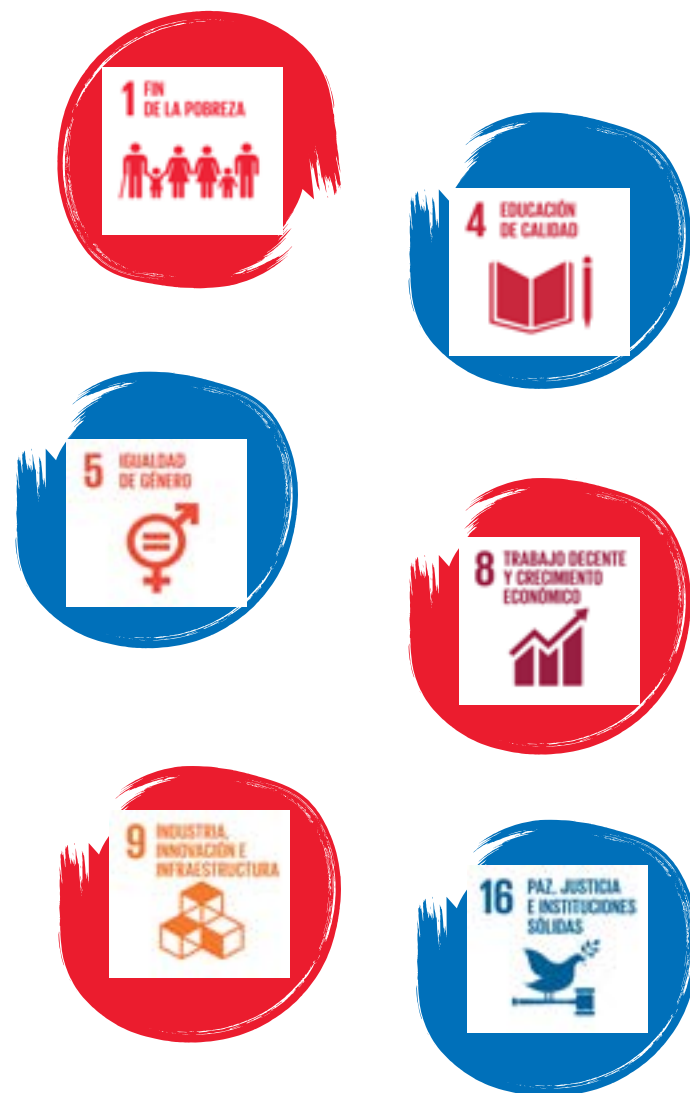
4.2.1 Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Asumimos el desafío de comenzar a incorporar a nuestra gestión los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aprobados por los estados miembros de las Naciones Unidas.

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.

Utilizando la herramienta SDG Compass del Pacto Global, WBCSD y GRI, llevamos adelante un proceso de entendimiento y análisis de cómo podemos contribuir al desarrollo sustentable analizando los objetivos y metas vinculadas con nuestro negocio tanto para minimizar nuestros 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.



4.2.2 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 a los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Making Global Goals Local Business Argentina

Participamos del encuentro “Making Global Goals Local Business Argentina” organizado por la Red Argentina del Pacto Global. En este encuentro, se reúnen líderes locales y mundiales, empresas, sociedad civil y gobierno para tratar temáticas de Desarrollo Sostenible.



4.2.3 Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales

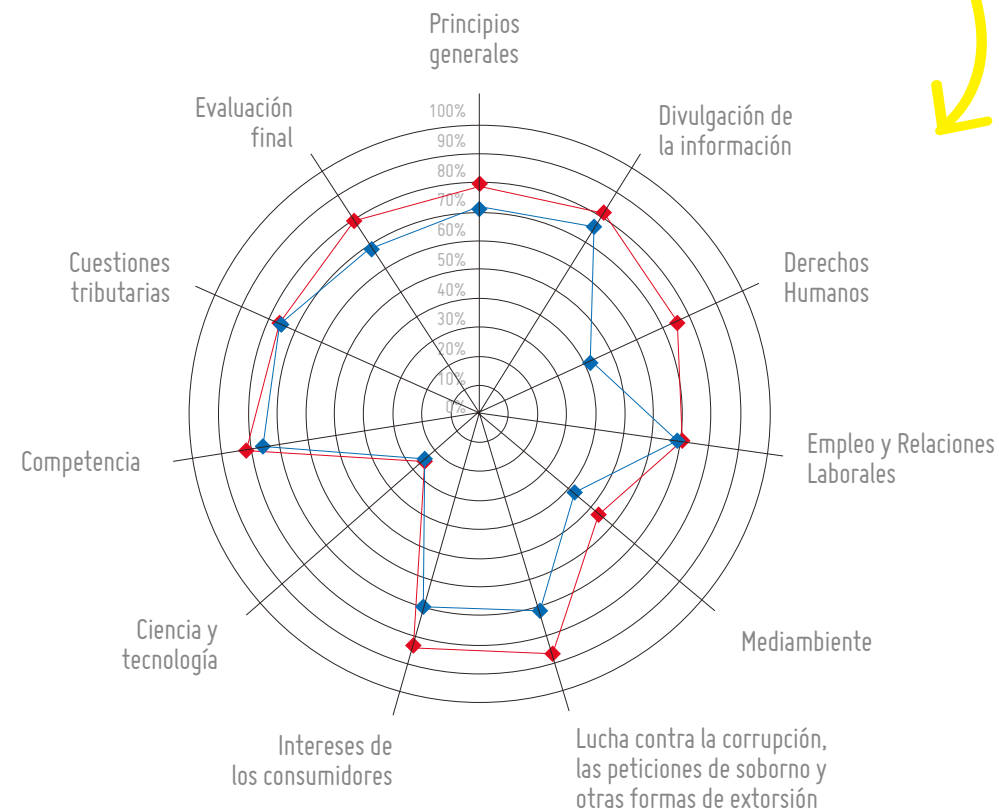
Las **Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales**, que forman parte de la Declaración de la OCDE sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales. Enuncian principios, buenas prácticas y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables.

La vocación de las Directrices es garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en

armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible. 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.



◆ 2017
◆ 2018



4.2.4 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:



◆ 2017
◆ 2018



4.3 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.

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.

Estrategia de Crecimiento Responsable

Crecimiento

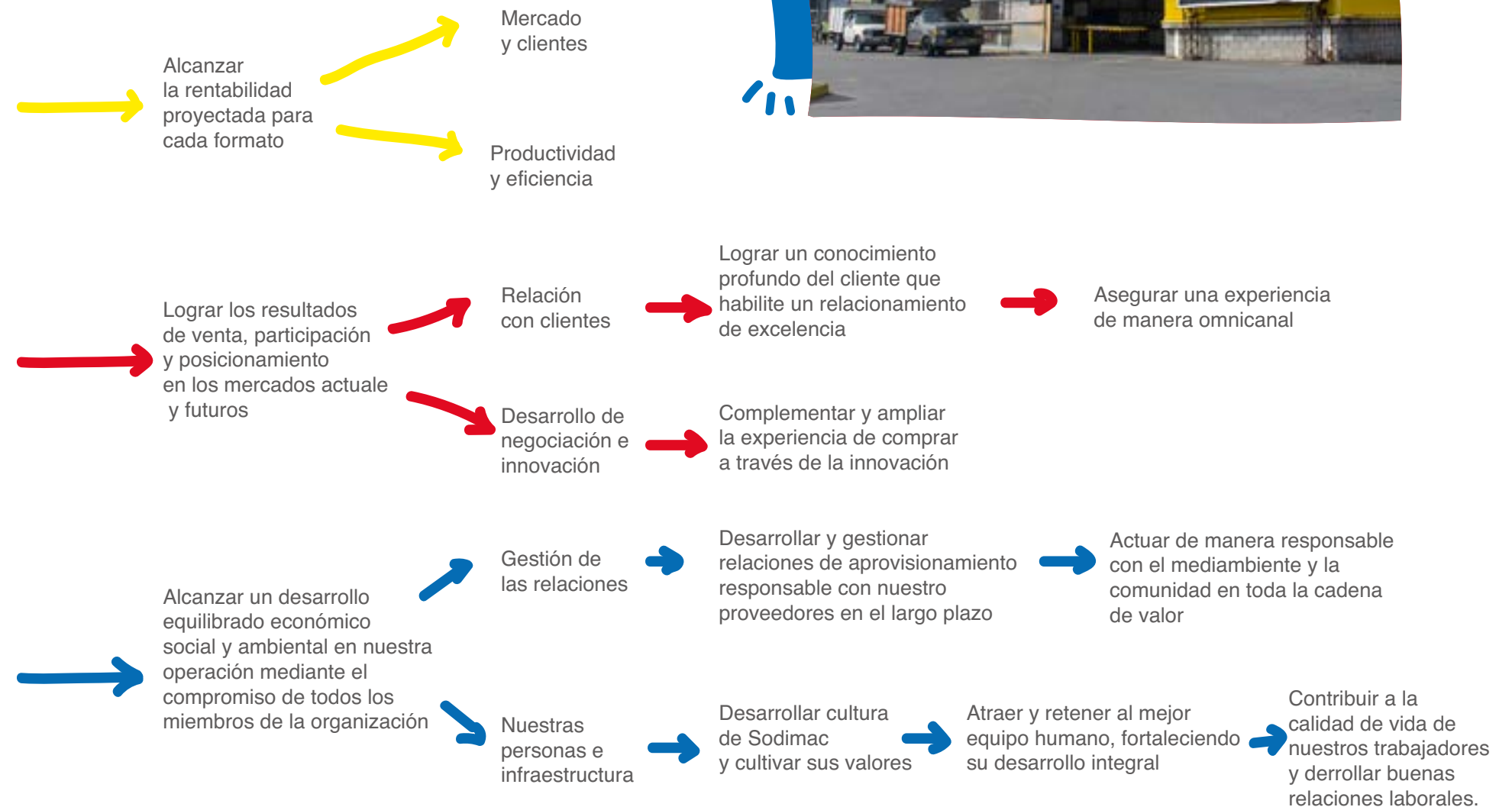
Creer responsablemente en la región de forma orgánica e inorgánica, consolidando nuestra posición y capacidad de atención al cliente, entrando en nuevos mercados e innovando en nuevos formatos y canales.

Rentabilidad

Aumentar la productividad en cada una de las áreas de negocio, intensificando la diferenciación y mejorando la eficiencia de las operaciones.

Sostenibilidad

Aumentar la productividad en cada una de las áreas de negocio, intensificando la diferenciación y mejorando la eficiencia de las operaciones.



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.

El propósito del Comité de Sostenibilidad es nutrir y fortalecer a todas las áreas de Sodimac Argentina y Uruguay en la gestión sostenible del negocio como así también gestionar y asegurar la implementación de las iniciativas de cada gerencia en materia de sostenibilidad.

Durante 2018, el Comité se reunió 3 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) junto con el lanzamiento del Canal de Integridad.



Encuentro de Sostenibilidad Sodimac

El equipo de Responsabilidad Social Empresaria participó del Encuentro Regional de Sostenibilidad de Sodimac, que se realizó en enero 2018 en Chile. Participaron del encuentro, los líderes de las áreas de Responsabilidad Social Empresaria de la Región para compartir buenas prácticas y tendencias sobre la gestión sustentable.

Evento #CONFIARSE 2018

Participamos del encuentro anual #CONFIARSE 18 "Las empresas como co-creadoras de bienes públicos" organizado por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE). Se trataron temáticas sobre Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable.

4.3.1 Índice de Sostenibilidad

A nivel interno, y regionalmente, contamos con un Index de sostenibilidad, que nos permite medir y gestionar todos nuestros procesos. Lo realizamos anualmente para poder mejorar, adoptar buenas prácticas, y apuntalar nuestro accionar socialmente responsable.

El Índice 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 Índice 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.

El año 2018 correspondió al tercer periodo de aplicación de este Índice de Sostenibilidad y Sodimac Argentina obtuvo, como resultado global, un crecimiento de 14 puntos con respecto al Índice 2017.

Index 2016

27%

Index 2017

34%

(+7 puntos Index 2016)

Index 2018

48%

(+14 puntos Index 2016)

Pilares

Gobierno Corporativo
Medioambiente
Clientes

Colaboradores
Proveedores
Comunidad

4.4 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 Interés- AA100SES

Grupo de Interés	Canales de Comunicación	Diálogos	Responsables
Colaboradores	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	Gerencia de Gestión humana
Clientes	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	Gerencia Comercial Gerencia de Venta a Distancia Gerencia de Desarrollo y Servicios
Proveedores	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	Gerencia de Operaciones Gerencia de Contraloría
Autoridades Públicas Accionistas y Socios del Grupo	Línea directa SVS Reporte de Sostenibilidad	Reuniones Periódicas Diálogo permanente con los Organismos de Interés	Gerencia General Gerencia de Administración y Finanzas Corporativo Gerencia Regional Uruguay
Comunidad	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,	Gerencia de Gestión humana Gerencia General Gerencia Regional Uruguay

4.5 Sobre el Reporte

La elaboración del 4º Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Argentina y Uruguay se realizó bajo los lineamientos internacionales como la ISO 26000, los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), en concordancia con la opción esencial de esta metodología², 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.

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 2018.

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.



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.

4.5.1 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

- Participación de los Grupos de Interés
- Materialidad
- Exhaustividad
- Contexto de Sostenibilidad

Calidad

- Equilibrio
- Comparabilidad
- Precisión
- Puntualidad
- Claridad
- Fiabilidad

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:

1º Paso

Identificación

La identificación de los asuntos materiales surge de los elementos que se detallan a continuación, los cuales son el punto de partida del proceso: 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.

2º Paso

Priorización

De la lista de aspectos obtenidos en el 1º 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.

3º Paso

Validación

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.



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 me-

diciones 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:

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.

Tema Material	ODS	ISO 26000	Estándar GRI	Impacto		Ámbito Índice	Logros 2018
				Interno	Externo		
Gestión de Residuos		Medioambiente	306-2 306-4	X	X	Medioambiente	Campaña Que nada se pierda Programa Fundación Garrahan
Consumo de Agua		Medioambiente		X		Medioambiente	Campaña Justo
Ética y Transparencia	8 16	Gobernanza de la organización	205-1 205-2 205-3	X	X	Comportamiento Ético Transparencia Directorio Liderazgo Gestión de Riesgos	Código de Ética Programa de Integridad Canal de Integridad Campaña Yo Juego Limpio Política Conflictos de Intereses
Salud y Seguridad en el Trabajo	8	Prácticas Laborales	403-2	X		Trabajadores	Salud y Bienestar
Consumo de Energía		Medioambiente	302-1 302-3	X	X	Medioambiente	Campaña Justo Plan de Ahorro Energético Tiendas Ecoamigables
Formación y Desarrollo Profesional	4 8	Prácticas Laborales	404-1 404-2 404-3	X		Trabajadores	Programa Capacitarme
Educación Ambiental y Consumo Responsable		Medioambiente		X	X	Medioambiente	Etiqueta energética
Diversidad, Inclusión e Igualdad de Oportunidades	5 8	Derechos Humanos	405-1	X		Derechos Humanos Trabajadores Relacionamiento con partes interesadas	Política de Diversidad e Inclusión Principios Empoderamiento de las Mujeres Alianza Fundación Forge, Discar y Reciduca
Clima Laboral	8	Prácticas Laborales	401-1 401-2 401-3	X		Trabajadores	Ranking Great Place to Work
Salud y Seguridad de Productos, Servicios y Clientes	9	Asuntos de Consumidores	416-2		X	Clientes Integración de la Sostenibilidad	Política de Ética Publicitaria
Innovación y Desarrollo	9	Asuntos de Consumidores		X	X		

Tema Material	ODS	ISO 26000	Estándar GRI	Impacto		Ámbito Índice	Logros 2018
				Interno	Externo		
Experiencia de Compra, Canales de Atención y Reclamos	9	Asuntos de Consumidores	418-1		X	Clientes Comportamiento Ético Transparencia	Política Seguridad de la Información Semana de la Seguridad de la Información
Promoción de Empleo en Comunidades Locales	1 4	Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	413-1		X	Comunidad Relacionamiento con partes interesadas	Política de Relacionamiento con la Comunidad Política de Donaciones Programa Líderes Voluntarios Alianzas con ONGs
Prácticas Laborales y Derechos Humanos	8	Derechos Humanos Prácticas Laborales	408-1	X	X	Derechos Humanos Proveedores Trabajadores	Política de Derechos Humanos
Generación de Emisiones y Cambio Climático		Medioambiente	307-1	X	X	Medioambiente	Campaña Justo Plan de Ahorro Energético Tiendas Ecoamigables
Impactos Ambientales de la Logística, Transporte y Distribución	9	Medioambiente	308-1 308-2	X	X	Medioambiente Proveedores Relacionamiento con partes interesadas	Vendor Compliance
Integración de la Sostenibilidad al Modelo de Negocio	16	Gobernanza de la organización		X	X	Sostenibilidad, Diálogo y Transparencia	Index de Sostenibilidad
Empoderamiento de Mujeres, Jóvenes y otros Grupos Vulnerables	1 4 5	Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad			X	Trabajadores Comunidad	Gestión a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres
Gestión y Alianzas con la Comunidad (incluye Voluntariado Corporativo)	1	Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad			X	Comunidad	Política de relacionamiento con la Comunidad Programas con la comunidad Alianzas con ONGs



NUESTRO DESEMPEÑO



05



5.1 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, 102-34, 102-45
103-1, 103-2, 103-3
201-1, 201-4, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1
405-1, 406-1, 410-1, 418-1

Principios Pacto Global de Naciones Unidas

1, 2, 6, 10



Nuestro Compromiso

Velamos por un comportamiento ético y transparente, y por el cumplimiento normativo en nuestro desempeño económico, social y medioambiental, rigiéndonos por nuestro Código de Ética.

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.

Objetivos

- Ser reconocida como una empresa socialmente responsable.
- Continuar creciendo en ventas.
- Mejorar el resultado antes de impuestos.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- No discriminación
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Privacidad del cliente
- Directorio
- Liderazgo
- Desempeño Económico
- Ética y Anticorrupción
- Transparencia
- Derechos Humanos
- Gestión de Riesgos Financieros y No Financieros
- Regulación- Cumplimiento Normativo

Objetivos de Desarrollo Sostenible



5.1.1 Gobierno Corporativo

Sodimac Argentina es la unidad de negocios de Falabella S.A. dedicada al mejoramiento del hogar. 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.

Directorio de Falabella S.A.

Presidente (cargo ejecutivo)
Vicepresidente (cargo no ejecutivo)
2 Directores (cargo no ejecutivo)

Política de Conflicto de Intereses

Nuestra Política de Conflicto de Intereses establece los principios y criterios que la compañía considera aceptable, o no, en relación con los conflictos de intereses. Para ello identifica las situaciones que más comúnmente generan conflictos de intereses, la forma de administrarlos y los deberes de los Colaboradores.

³ Los directores son designados por la Asamblea de Accionistas considerando los requisitos de ley y la experiencia y antecedentes tanto profesionales como éticos. Los integrantes del Directorio que ejercen un cargo ejecutivo presentan, por lo menos una vez al año y, sin perjuicio de ello, cada vez e inmediatamente de generado un conflicto de intereses o potencial conflicto de intereses que los afecte, una Declaración de Conflicto de Intereses. El Directorio posee un asesor externo que reviste la calidad de no ejecutivo e independiente.

5.1.1.1 Nuestra Estructura

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





Gerente General: Pablo Ardanaz

Gerencia Comercial: Busca movilizar al cliente entregándole la mejor experiencia de compra en todos los canales de venta, haciendo crecer el negocio de manera sostenible y rentable. Para esto trabaja en una propuesta comercial y de valor para el cliente basada en productos y servicios diferenciadores, precio, financiación, contenido e información relevante, buscando que la Compañía sea innovadora y pionera en todo lo que hace. En este momento se enfoca en potenciar fuertemente el canal digital de la Compañía en línea con el cambio de hábitos de consumo.

Gerencia de Sistemas, Gerencia de Proyecto e Infraestructura y Subgerencia de Control de Gestión: Tienen como objetivo principal el desarrollo e implementación de soluciones según las diferentes necesidades y estrategias de la Compañía con el foco centrado en los clientes, a través de la ejecución de políticas y procesos financieros, administrativos y de control de gestión, que conjuntamente a soluciones IT y de infraestructura acompañen el crecimiento del negocio.

Gerencia de Operaciones: Vela porque cada cliente que elige Sodimac sea atendido con excelencia y responsabilidad, respetando los estándares de la Compañía. Asimismo, se ocupa de promover el valor agregado en cada una de las acciones de la Compañía, transmitiendo en cada una la Cultura Sodimac y el sentido de pertenencia que cada colaborador de Sodimac tiene.

Gerencia de Cadena de Abastecimiento: Es cabeza del área que garantiza el encuentro entre el producto y el cliente, ya sea en las tiendas Sodimac o donde el Gerente de esta área decida, asegurando una propuesta omnicanal en el menor tiempo y precio posible. Su objetivo es generar una experiencia úni-

ca y pensando cómo lograr una mayor comodidad para la próxima compra del cliente, basándose en metodologías de mejora continua y en innovaciones tecnológicas. Busca mantener la satisfacción del cliente a través de una operación eficiente, rentable y sustentable.

Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas: Gerencia los recursos de la Compañía. Lidera la generación del presupuesto y el control de su cumplimiento, así como también la generación y entrega de información certera, completa y oportuna al Directorio de la Compañía.

Gerencia Regional Uruguay: La Gerencia Regional tiene como objetivo principal la operación del negocio en Uruguay, estableciendo los objetivos comerciales para el Negocio definiendo productos, precios, promociones y publicidades para el mercado de ese país.

Gerencia Corporativa de Gestión Humana: Lidera el área que propicia el bienestar de los colaboradores a través de la selección, desarrollo, formación, y administración, con el fin de generar un ámbito laboral que los favorezca integralmente.

Gerencia Corporativa de Auditoría Interna: Gerencia corporativa que tiene como objetivo brindar un servicio a la Compañía en todos sus niveles, tener un perfil consultor, construir herramientas de consultas y soporte y realizar auditorías constructivas y proactivas. Sus principales responsabilidades son controlar, capacitar y acordar con las distintas áreas sobre desvíos, detectando focos de mejora para contribuir a los intereses de la Compañía y al buen funcionamiento de la misma.

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.



5.1.2 Ética Empresarial

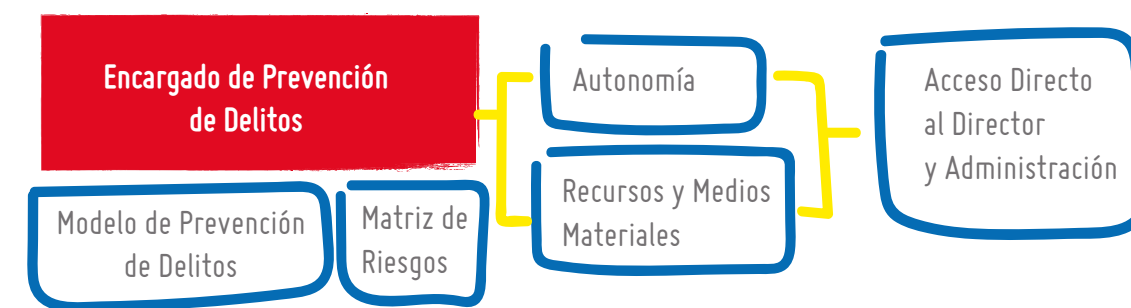
Sodimac desarrolla su negocio bajo estrictos parámetros éticos, velando por el cumplimiento de la normativa y los derechos civiles y laborales de las personas.

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.

5.1.2.1 Medidas contra la Corrupción

Sodimac cuenta con un Programa de Integridad (Modelo de Prevención de Delitos) conforme a las disposiciones de la Ley 24.701 de Responsabilidad Penal empresaria. El Programa de Integridad tiene por objeto implementar efectivamente, un conjunto de acciones, mecanismos y procedimientos internos de promoción de la integridad, supervisión y control, destinados a prevenir, detectar, corregir y evitar la comisión de los delitos previstos en la mencionada ley - cohecho o soborno y tráfico de influencias, nacional y transnacional, negociaciones incompatibles con el ejercicio de funciones públicas, concusión, enriquecimiento ilícito de funcionarios y empleados, balances e informes falsos agravados- y los delitos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, por parte de cualquier trabajador, administrador, empleado, ejecutivo o director de la Compañía.

El diseño e implementación del Programa de Integridad, vigente para la Compañía desde el 31 de marzo de 2018, da cuenta del compromiso organizacional de la Compañía para evitar la comisión de delitos, que fueren cometidos directa e inmediatamente en interés o en provecho de la Compañía. Por la misma razón, el Programa de Integridad es testimonio de que, en el caso que alguno de los Colaboradores cometa alguno de estos ilícitos, no solo contraviene la cultura de integridad corporativa de la Compañía, sino que, además, tales hechos han tenido lugar a pesar de los esfuerzos desplegados por ésta para evitarlo.



Procedimiento de Programa de Integridad

<p>Actividades de Prevención</p> <p>Capacitación y Comunicaciones Diagnóstico y análisis de riesgos Ejecución controles de prevención</p>	<p>Actividades de Detención</p> <p>Auditorías de los recursos financieros Auditorías al Programa de Integridad Revisión de Juicios Canal de denuncias e investigaciones Reportes de Gerencia de Cumplimiento SACI</p>
<p>Actividades de Respuesta</p> <p>Planes de acción Proposición de potenciales sanciones disciplinarias Registro de denuncias y sanciones aplicadas</p>	<p>Supervisión y monitoreo de PDI</p> <p>Monitoreo Programa de Integridad Actualización Programa de Integridad Certificación Programa de Integridad</p>

Áreas de apoyo

- Directorio
- Gerente General
- Gestión Humana
- Comité de Ética
- Legal
- Gerente General
- Colaboradores
- Auditoría Interna
- Finanzas

Certificación





751
personas
capacitadas

421
horas
brindadas

Campaña Yo Juego Limpio

Una de las acciones del Programa de Integridad es la campaña “Yo Juego Limpio”, mediante la cual se difunden las medidas de prevención de soborno a través de piezas gráficas y digitales con llegada a todos los colaboradores de la Compañía.



La Compañía no agota la campaña antisoborno dentro de la misma sino que la difunde entre sus proveedores y socios de negocios.

Desayuno de Trabajo sobre Anticorrupción en la Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC)

Participamos de un desayuno de trabajo en el cual se hondaron los conceptos claves sobre la responsabilidad penal de las empresas por corrupción.

Por el período que abarca este reporte, no hemos tenido sanciones, multas, ni incidentes derivados del incumplimiento de las leyes, regulaciones o en materia de corrupción como así tampoco denuncias de casos de discriminación.

5.1.2.2 Nuevo Código de Ética y Canal de Integridad

En el mes de agosto de 2018 la Compañía lanzó su nuevo Código de Ética, en reemplazo del anterior, y un nuevo Canal de Integridad, el cual, a diferencia del canal anterior, es gestionado internamente. Se difundió dicho lanzamiento informando a todos los colaboradores mediante comunicación interna y se realizaron capacitaciones. El Código de Ética se encuentra publicado en el sitio web de Sodimac, de modo que es accesible al público en general.

5.1.2.2.1 Código de Ética

Además de estar a disposición del público en general, por estar publicado en la página web de la Compañía, el Código de Ética de Sodimac es entregado a cada colaborador al momento de su ingreso a la Compañía de modo que lo conozca y acepte respetar el mismo.

El Código de Ética reúne un conjunto de normas que debemos aplicar en el trabajo, en el mercado y en la sociedad, 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.

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, los cuales nos permiten 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.

Desde el 1° de septiembre de 2018, fecha en que se comenzaron a recibir y gestionar internamente las consultas y denuncias éticas, se han recibido varias consultas y denuncias, algunas de las cuales resultaron no éticas y otras éticas. Se califican como éticas aquellas consultas y denuncias relacionadas a una infracción, o posible infracción, al Código de Ética. De las 5 denuncias éticas recibidas hasta el momento, hay 4 que se encuentran bajo investigación y una respecto a la cual ha finalizado el procedimiento de investigación, cerrándose el caso con aplicación de una sanción. Esta última fue una denuncia por Comportamiento inapropiado de una colaboradora respecto a un cliente. Se comprobó la violación al Código de Ética y se sancionó con un apercibimiento escrito a la colaboradora. Asimismo, dado que el cliente pedía un resarcimiento, Sodimac entregó materiales de construcción a una fundación de bien público conforme la pretensión del cliente afectado. Las restantes 4 denuncias, que se encuentran en proceso de investigación.

Leé nuestro código >



Aplica a todos los que formamos parte de Sodimac, independientemente de las actividades y responsabilidades que tengamos. Esto incluye a todos los colaboradores, ejecutivos y directores. Además, la compañía busca y promueve que sus proveedores y terceros en general, actúen de acuerdo con este Código.

5.1.2.2.2 Canal de Integridad

Nos enorgullecemos de los valores y principios éticos que están en la base de nuestra cultura y que definen la manera de relacionarnos y actuar.

Con el objeto de mantener y proteger los más altos estándares de ética en los negocios, la Compañía renovó su Canal de Integridad, el que antes estaba gestionado externamente, fortaleciendo la Gerencia de Ética que desde Septiembre de 2018 está a cargo de la administración de los casos y el manejo de la plataforma del Canal de Integridad.

El Canal de Integridad es el conjunto de medios a través de los cuales colaboradores o terceros pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética para consultas y denuncias. Los contactos se reciben de manera confidencial y son tratados desde el principio hasta el fin, y conservados, con estricta confidencialidad. Los contactos pueden ser anónimos. El Canal de Integridad está disponible tanto para los colaboradores de la Compañía como para cualquier tercero: ex colaboradores, proveedores, contratistas, clientes, público en general. Por eso los medios de contacto son totalmente accesibles por cualquier persona:

MEDIOS DE CONTACTO

 BOTÓN DE ACCESO AL LINK CANAL DE INTEGRIDAD INTRANET / INTERNET

 E-MAIL contacto@gerenciaetica.com

 LÍNEA GRATUITA 0810 666 5588

 CONTACTO EN PERSONA A LA OFICINA DE ÉTICA

Más info >

5.1.3 Gestión de Riesgos

Para todas las empresas del Grupo, el control y administración de riesgos constituye una actividad fundamental, cuyo objetivo es asegurar que el beneficio esperado está en equilibrio con los riesgos asumidos, en todo momento. La toma de riesgos debe realizarse con estricto apego a la normativa aplicable. Los entornos y condiciones de nuestros negocios son de naturaleza cambiante y por lo tanto sus riesgos también. Esta realidad nos obliga a mantener una gestión continua sobre éstos, con estándares de calidad adecuados y objetivos. Es responsabilidad de los directores y gerentes de las empresas, asignar los recursos necesarios y generar las instancias que aseguren el correcto funcionamiento de este principio.

Con el objetivo de asegurar el desarrollo sano de nuestra actividad y la sustentabilidad en el tiempo, el propósito de nuestra Política de 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 de Procesos Operacionales

El propósito del Comité de Riesgos de Procesos Operacionales es fortalecer el Ambiente de Control enfocándose en la gestión de los riesgos relacionados con los procesos operacionales propios del negocio.

Comité de Riesgo Cumplimiento

El propósito del Comité de Riesgos de Cumplimiento es fortalecer el Ambiente de Control enfocándose en la 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.

Comité de Riesgo Seguridad Física y Calidad

El propósito del Comité de Seguridad Física y Calidad es fortalecer el Ambiente de Control enfocándose en la gestión de los riesgos sobre la Seguridad Física y Prevención de Riesgos, así como gestionar y asegurar la implementación de las iniciativas corporativas de gestión de riesgos de seguridad física y calidad.

Comité de Riesgo Tecnológico y Seguridad de la Información

El propósito del Comité de Riesgos Tecnológicos es fortalecer el Ambiente de Control enfocándose en la gestión de los riesgos relacionados con el entorno tecnológico que soporta los procesos operacionales, priorizando los esfuerzos por los procesos críticos para el negocio.

Principales Objetivos de los Comités de Riesgo

- 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.

5.1.3.1 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.



+ de 30.000 colaboradores participaron de la Semana de Seguridad de la Información 2018 en toda la región

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.



Las políticas de Seguridad de la Información son comunicadas a todos nuestros colaboradores por medio de piezas gráficas y digitales vía mail.



El manejo de la privacidad de la información de nuestros clientes se apeg a 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).

La Protección de Datos Personales de Clientes es una prioridad para el Grupo Falabella. En el período reportado no hemos recibido reclamos relativos a violaciones de la privacidad y pérdida de datos de clientes



5.1.4 Derechos Humanos

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 reforzar los valores y principios éticos, y el rechazo a las prácticas de corrupción.

Desde Sodimac Argentina y Uruguay, contamos con una **Política de Derechos Humanos** que persigue ampliar el entendimiento de nuestro compromiso hacia el cumplimiento de los Derechos Humanos en nuestras decisiones y actividades y cuyos objetivos son:

- Declarar nuestro compromiso y respeto sobre la legislación nacional vigente y las normativas internacionales de cumplimiento voluntario;
- Integrar e implementar la presente Política a la gestión integral de la empresa, en el marco de la Estrategia de Crecimiento Responsable: Crecimiento, Rentabilidad y Sostenibilidad, y a través de las políticas y prácticas relacionadas con nuestra esfera de influencia;
- Mantener un ejercicio de debida diligencia mediante la evaluación y gestión de riesgos e impactos reales y potenciales de nuestro negocio, de tal manera de determinar los mecanismos de prevención, mitigación y remediación necesarios;
- Prevenir, mitigar y remediar, según corresponda, toda vulneración a la legislación nacional vigente y las normativas internacionales de cumplimiento voluntario, mediante acciones que permitan la medición y comunicación del nivel de desempeño, a todos nuestros grupos de interés.

Comunicar y sensibilizar/concertar/concretar/entrenar, según corresponda, a todos nuestros grupos de interés, en cuanto el alcance de la responsabilidad de las empresas en materia de Derechos Humanos.

Garantizando que los mecanismos para entender y resolver los incumplimientos a lo establecido en esta Política son legítimos accesibles y disponen de un procedimiento de actuación claro y conocido mediante nuestro Sistema de Integridad Corporativa.

Mirá más >

Utilizando como referencia la herramienta de evaluación de cumplimiento el Human Right Compliance Assessment (HRCA) 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

Articular el compromiso

Con la finalidad última no solo de evitar impactos negativos, sino de garantizar altos estándares en derechos humanos sobre nuestros productos, proveedores, colaboradores y clientes, trabajamos en:

Comprender e Identificar Riesgos en DD.HH. y darles solución: Estamos trabajando en la incorporación de una Matriz de Derechos Humanos en nuestros Comité de Riesgos identificando los riesgos e impactos de Sodimac en materia de derechos humanos y conocer nuestro alcance de responsabilidad.

Dar Formación en Derechos Humanos: Brindamos información sobre los principios básicos de derechos humanos para que estén mejor preparados y puedan integrarlos a la estrategia de negocio de Sodimac.

Evaluar a nuestros Proveedores: Nuestros proveedores firman el acuerdo Vendor Agreement que incluye, entre otras, cláusulas de Responsabilidad Social, Ética Empresarial y Derechos Humanos.

Contar con mecanismos de reclamación: Implementamos nuestro Canal de Integridad Corporativa con el objetivo de mantener y desarrollar los más altos estándares de calidad.

Ser Transparentes: Interactuamos con nuestros grupos de interés, comunicamos nuestros avances y rendimos cuentas de nuestro desempeño. Articular el compromiso: Compartimos públicamente nuestro compromiso con los derechos humanos a través de nuestra Política de Derechos Humanos y en alianza con diferentes iniciativas.

⁶ 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



5.1.5 Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

La firma de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres nos permite continuar con nuestros 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.

Jornada Un llamado a la acción para los Principios de Empoderamiento de las Mujeres

Como Grupo Falabella, hemos participado de la Jornada Un llamado a la acción para los Principios de Empoderamiento de las Mujeres reafirmando nuestro compromiso hacia la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres.

Programa Mentoring para Mujeres Directivas

Con el objetivo de apoyar y orientar el desarrollo de nuestras mujeres talentos, contribuyendo a que desplieguen todo su potencial profesional y personal, llevamos adelante el Programa Mentoring para Mujeres Directivas fomentando la diversidad y equidad de género en posiciones directivas.

Taller Comunicando el Progreso con Enfoque de Género

Como miembro de la Red Argentina del Pacto Global y firmante de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y con el fin de seguir profundizando nuestro compromiso con ambas iniciativas, hemos participado del Taller Comunicando el Progreso con Enfoque de Género.

5.1.6 Desempeño Económico

5.1.6.1 Nuestro Desempeño Económico

El ejercicio 2018 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.

VEGyD ⁷	\$ Argentina		
	2018	2017	2016
Valor Económico Generado (A)			
Totales	6.803.233.547	4.369.795.549	3.616.034.967
a) Ingresos operacionales	6.803.233.547	4.369.795.549	3.616.034.967
Valor Económico Distribuido (B)			
Totales	3.722.250.263	2.021.506.957	1.694.077.660
a) Gastos operativos	1.861.918.032	1.070.900.883	881.588.967
b) Sueldos y prestaciones de los empleados	1.318.912.117	750.695.614	625.701.808
c) Pagos a los proveedores de Capital	481.345.026	159.369.438	154.236.511
d) Pagos al Gobierno/Estado	57.317.039	39.165.703	31.513.354
e) Inversión en la Comunidad	2.758.049	1.375.319	1.037.020
Valor Económico Retenido (A-B)			
	3.080.983.284	2.348.288.592	1.921.957.307

⁷ 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.

VEGyD ⁷	\$ Uruguay		
	2018	2017	2016
Valor Económico Generado (A)			
Totales	1.956.520.920	1.617.702.539	1.418.768.894
a) Ingresos operacionales	1.956.520.920	1.617.702.539	1.418.768.894
Valor Económico Distribuido (B)			
Totales	744.335.264	655.940.155	638.658.966
a) Gastos operativos	436.641.275	392.490.569	346.310.586
b) Sueldos y prestaciones de los empleados	296.536.613	253.594.843	225.940.889
c) Pagos a los proveedores de Capital	6.663.526	15.325.133	120.948.124
d) Pagos al Gobierno/Estado	1.885.648	-7.078.635	-56.447.145
e) Inversión en la Comunidad	2.608.202	1.680.245	1.906.512
Valor Económico Retenido (A-B)			
	1.212.185.656	961.762.384	780.109.928

⁸ 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.



La información corresponde a los montos y las operaciones de Sodimac en Argentina y Uruguay, se presenta en millones de pesos argentinos y uruguayos -según corresponda- y forma parte de los Estados Contables de Falabella S.A. al 31 de diciembre de 2018 presentados en forma comparativa con 2017 y 2016

5.1.6.2 Política Tributaria

El correcto pago de los tributos que gravan nuestro quehacer, en cuanto a la naturaleza de nuestras operaciones y los montos y jurisdicciones de pago, no son solamente una obligación legal sino parte de nuestro compromiso con la comunidad. Para ello, contamos con una Política Tributaria, para todas las empresas el Grupo Falabella, que explicita las definiciones, criterios y funciones de aplicación general en materia tributaria, en orden a la materialización de nuestro aporte a la sociedad por vía de los impuestos que debemos pagar conforme a la legislación aplicable.

Principios Tributarios

- Las Empresas Falabella deberán cumplir con las obligaciones que las leyes tributarias les imponen, aplicando interpretaciones plausibles y de buena fe de las normas impositivas.
- Las Empresas Falabella deberán caracterizar tributariamente todas sus operaciones y transacciones de manera veraz, no debiendo dar a las mismas estructuras o formas que tergiversen la realidad económica subyacente, constitutiva de la legítima razón de negocios de tales operaciones o transacciones, con la finalidad de reducir la carga impositiva aplicable o aprovechar beneficios tributarios que de otro modo no les serían aplicables.
- Las Empresas Falabella se relacionarán de manera colaborativa, veraz y justa con las autoridades tributarias, a través de representantes especialmente designados para estos efectos.
- Las decisiones de negocio que tengan una implicancia tributaria deberán considerar estos principios tributarios.



5.1.6.3 Política de Libre Competencia

Convencidos que una sana competencia redonda en un mejor beneficio de los consumidores y fomenta una mayor eficiencia de las empresas y mercados, promovemos internamente el cumplimiento de las normas de libre competencia vigentes en el país.

Todas las empresas del Grupo Falabella tienen incorporadas en sus políticas como empresa y en su misión de negocios, el debido respeto y cumplimiento a las normas de libre competencia. Las Políticas y Lineamientos de Libre Competencia tienen como finalidad proteger la competencia en los mercados con el objeto de asegurar que los precios, cantidad y calidad de los productos y servicios transados sean el resultado exclusivo del libre juego de la oferta y la demanda, y no consecuencia de maniobras abusivas o de prácticas colusorias entre competidores.

Estas Políticas y Lineamientos aplican a todos los directores, ejecutivos y colaboradores de todas las empresas del Grupo Falabella y tienen el propósito de brindarles herramientas que les permitan evitar conductas que podrían ser sancionables e identificar riesgos en esta materia protegiendo a los Destinatarios y a la Compañía en su desenvolvimiento en materia de libre competencia.



5.2 Nuestros Colabora- dores

Contenido GRI
102-8, 102-41
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
Principios Pacto Global
3, 4, 5 y 6

Nuestro Compromiso

Trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo laboral, de relaciones transparentes con los colaboradores, de respeto a la libertad sindical y donde el diálogo es un mecanismo esencial de relacionamiento; con participación y estilos de liderazgo modernos, enfatizando el desarrollo y el aprendizaje constante, el bienestar integral, el cuidado y la seguridad de nuestros colaboradores, el respeto a la dignidad de las personas y la diversidad, y fomentando un sano orgullo por pertenecer a Sodimac.

Objetivos

- Mejorar el indicador de rotación de personal.
- Ser la empresa más admirada y querida por sus consumidores y trabajadores.
- Ser reconocido como un empleador inclusivo.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- No Discriminación
- Empleo
- Trabajo Infantil
- Calidad de Vida
- Clima Laboral
- Diversidad e Inclusión
- Formación y Desarrollo Profesional
- Relaciones Laborales y Diálogo con los Sindicatos
- Salud y Seguridad Laboral
- Remuneraciones, Beneficios y Compensaciones

Objetivos de Desarrollo Sostenible



5.2.1 La casa donde crecen tus sueños

Sodimac reconoce el rol fundamental de sus colaboradores, puesto que la ventaja competitiva de la empresa reside en la habilidad de su equipo para coordinar acciones efectivas, 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., Somos un equipo que trabaja unido para solucionar problemas.

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 es un 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 reforzar nuestro propósito como compañía, resaltando la importancia del trabajo en equipo, la capacidad de construir, de concretar nuestros sueños y proyectos.

Nuestro sitio www.dondecrecentussuenos.com.ar permite tener un acercamiento digital con nuestros colaboradores, con el fin de que puedan informarse, interactuar, acceder a contenidos multimedia, participar de las actividades y obtener beneficios.



5.2.2 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.

En Sodimac Argentina y Uruguay reconocemos que nuestros colaboradores, al igual que nuestros clientes, proveedores y la sociedad en general, representan una gran variedad de culturas, etnias, profesiones, capacidades físicas, estados de salud, creencias y lenguas, así como identidades de género, estado civil, edad, condición económica y social, entre otras.

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

Contamos con una Política de Diversidad e Inclusión alineada principalmente con la legislación nacional vigente, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, entre otros .

[Más info sobre nuestra política >](#)

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



Sodimac Argentina			
	2018	2017	2016
Dotación Directa ⁹	1.606	1.503	1.519
Personal bajo convenio	1.200 (75%)	1.129 (75%)	1.136 (75%)
Por sexo			
Mujeres	657	609 (41%)	640 (42%)
Hombres	949	894 (59%)	879 (58%)
Por rango etario			
Menor a 30 años	699	657 (44%)	687 (45%)
30 a 50 años	843	782 (52%)	767 (50%)
Mayor a 50 años	64	64 (4%)	65 (5%)
Por contrato laboral			
Permanente	1.600	1.499	1.519
Pasante	6	4	-
Terciarizados	98	114	94
Por tipo de contrato laboral			
Jornada Completa	1.009	998	1.064
Media Jornada	597	505	455

⁹ Corresponde a la cantidad de personas con vínculo contractual con la empresa al cierre de diciembre (contratos a plazo fijo e indefinido y campañas).

	Número de Ingresos			Tasa de Rotación		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Sodimac Argentina	343	260	172	15,5	18,1	16,6
Sodimac Uruguay	155	171	94	27,1	31,7	24,7

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

En nuestra Política de Reclutamiento y Selección establecemos que una selección eficiente es indispensable para identificar a las personas más idóneas y que más se ajusten a nuestro negocio, la cual permitirá maximizar la estrategia y productividad de la compañía. Por esta razón, llevamos a cabo el proceso de manera integral y capacitamos a nuestros líderes en técnicas de selección.

Entre las competencias más valoradas, destacamos:

- La orientación al cliente
- La comunicación
- Las relaciones interpersonales
- El compromiso
- La proactividad
- El entusiasmo

Se procura consolidar un equipo lo suficientemente homogéneo con personas que:

- Prioricen su desarrollo
- Tengan iniciativa
- Espíritu emprendedor
- Buen humor
- Compromiso

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
- Códigos QR en todas las tiendas y puntos de venta
- Redes Sociales y Sodimac.com
- Ferias Presenciales
- Portal Corporativo Regional de Concursos Internos regionales de todas las empresas del Grupo
- Fundación FORGE
- Bolsas de Trabajo en Universidades
- Portales de Empleo
- Referidos Responsables

→ Programa Primer Paso

En 2013, la Tienda Sodimac Córdoba se unió al Programa Primer Paso desarrollado por el Gobierno provincial, el cual tiene como objetivo lograr que jóvenes sin empleo ni experiencia laboral puedan acceder a su primera oportunidad profesional. Apunta 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 dicha provincia.

→ Programa de Jóvenes Profesionales y Pasantías

A través de estos programas de atracción de talentos, buscamos atraer, desarrollar y formar Jóvenes Profesionales con un alto potencial, con el fin de contar con un pool de talentos en formación constante para ocupar, en el mediano plazo, posiciones claves dentro del negocio.

→ Programa de Inducción

Tiene el objetivo de compartir con los nuevos colaboradores la historia de la compañía, los beneficios, el código de vestuario, las normas internas, el Código de Ética, los aspectos sobre seguridad de la información, información de Seguridad e Higiene, la identificación con nuestra marca y concientización en temas de prevención de accidentes.

Inducción Corporativa:

Se presenta a los ingresantes la información más relevante de la empresa, que conozcan su estructura y funcionamiento.

Inducción al Rol:

Brinda información sobre las responsabilidades y metas del cargo, el funcionamiento y estructura del equipo, y reuniones con el resto de las áreas de la compañía para facilitarle las herramientas para desempeñarse adecuadamente en su cargo.

Inducción al Centro de Distribución:

Se organizan visitas de media jornada al Centro de Distribución, donde los nuevos ingresos participan de una presentación sobre la forma de operar en el mismo y realizan una recorrida por las áreas que lo integran.

Inducción Centralizada de Tiendas:

Esta Inducción tiene una duración de dos días y esta destinada a todos los ingresos de Tiendas de Buenos Aires. De esta forma, buscamos que los nuevos colaboradores compartan sus experiencias y conocimientos.

Inducción Corporativa Voluntariado de RSE:

En el segundo día del Programa de Inducción, generamos una actividad de voluntariado con diferentes fundaciones. El objetivo es transmitir desde el inicio nuestros valores y acercamiento a nuestra cultura de Responsabilidad Social Empresaria.

5.2.3 Gestión del Talento y Desarrollo Profesional

Buscamos desarrollarnos con innovación, conociendo a las personas que trabajan con nosotros. Saber sus gustos, su personalidad, qué los motiva, cuáles son sus objetivos para alinearnos y acompañarlos en su camino de crecimiento.

La cultura de Sodimac se caracteriza por alentar el crecimiento de sus colaboradores asegurando que cada uno de ellos reciba las herramientas necesarias para desarrollarse profesionalmente. Para entrenar y capacitar a nuestra gente contamos con diferentes herramientas orientadas al desarrollo interno de nuestros colaboradores.

5.2.3.1 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

- 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
- Trabajo en equipo y generación de redes
- Comunicación organizacional
- Compromiso con el cliente interno y/o externo
- Comportamiento ejemplar e integro

Otras Posiciones

- 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)



5.2.3.2 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 tres procesos evaluativos según el cargo.

Evaluación 360° Incluye autoevaluación, evaluación del jefe, evaluación de pares/clientes internos y evaluación de los reportes directos.

Evaluación 90° Incluye autoevaluación, evaluación del jefe y evaluación de pares/clientes internos.

Evaluación 45° Incluye sólo la evaluación del jefe.



✓ 1.440 colaboradores participaron en Argentina

852 | 588

✓ 397 colaboradores participaron en Uruguay

228 | 169

5.2.3.3 Política de Movilidad Interna Corporativa

Nuestra Política de Movilidad Interna Corporativa privilegia el talento interno en concursos para ocupar posiciones claves y busca homologar bajo una misma política, todos los cambios de posición que pueden realizar los colaboradores, incluyendo movimientos horizontales o verticales dentro de las compañías del Grupo logrando equidad entre los procesos de las diferentes unidades de negocios.

Todas las oportunidades de carrera dependen del desempeño y méritos del postulante sin observar raza, identidad de género, orientación sexual, discapacidades, entre otros.

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
- Traspasos

Al generarse una vacante, priorizamos a nuestros postulantes promoviendo así el desarrollo de nuestra gente por encima del reclutamiento externo. Como prueba de ello, podemos afirmar con orgullo que más del 90% de nuestros Gerentes de Oficina fueron promovidos internamente y el 100% de los Gerentes de Tienda.

En 2018, 12 posiciones han sido cubiertas internamente en nuestras Oficinas de Sodimac Argentina.

5.2.3.4 Formación y Desarrollo

Buscamos generar espacios para un adecuado desarrollo profesional, con relaciones sanas y un clima laboral tendiente a la retención de talentos. Contamos con una Política de Capacitación cuyo objetivo es facilitar los conocimientos y herramientas que nuestros colaboradores necesitan para desempeñarse con éxito en sus funciones y, que establezca los lineamientos para la detección, diseño, programación, realización, evaluación y registro de las actividades de capacitación que desarrollamos a fin de contribuir al desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores.

Para poder medir la gestión y los resultados obtenidos, contamos con objetivos de capacitación: en las Tiendas es de 4 horas de capacitación mensual y en la Oficina de Apoyo varía conforme a las necesidades específicas. Durante el 2018, ejecutamos múltiples programas de capacitación con una importante inversión, abarcando una amplia diversidad de temáticas.

✓ 29.595hs de capacitaciones en Sodimac Argentina

✓ 4.593hs de capacitaciones en Sodimac Uruguay

Nuestro principal valor y sello distintivo es asegurar la excelencia en el servicio al cliente. 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

	2018	2017	2016
Sodimac Argentina	29.595	69.677	43.755
Sodimac Uruguay	4.593	7.437	9.982

Los Programas de capacitación componen espacios en los que se amplían y potencian las habilidades profesionales y personales de nuestros colaboradores. Nos caracterizamos por alentar su desarrollo asegurando que reciban las herramientas necesarias para desarrollarse profesionalmente.

- Capacitaciones en Productos** ➤ Mediante estas capacitaciones adquieren el conocimiento requerido en cada uno de nuestros productos: características, ventajas y desventajas, categorías, usos, argumentos de venta y servicios adicionales, en caso de que corresponda
- Programa de Capacitación en Oficina de Apoyo** ➤ Ofrecemos cursos adaptados a las necesidades de cada una de las áreas que componen la Compañía.
- Mandos Medios:- capacitaciones In Company + Di Tella Learning Day** ➤ Para los mandos medios, además de tener dos vacantes en los cursos In Company, se les ofrece la jornada de "Di Tella Learning Day". Esta jornada consta de seminarios de inscripción abierta en función de intereses personales y necesidades de desarrollo. Son capacitaciones de alto impacto buscando además de adquirir conocimientos generar espacios de networking entre las distintas gerencias.
- Gerentes y Subgerentes: Di Tella Training Pass** ➤ Di Tella Training Pass es un Programa que nos permite acceder de manera flexible a una oferta de capacitación abierta e integrada por variados programas de vanguardia.
- Outdoors y jornadas de integración** ➤ Realizamos jornadas Outdoor con la mayoría de los equipos que conforman las diferentes Gerencias. Estas acciones tienen como foco principal la integración de los equipos de Trabajo.
- Programa de Capacitación en Tiendas** ➤ Diseñamos un calendario de capacitación el cual sirve de guía para identificar cuáles son las fechas y periodos en los que podemos realizar dichos cursos. Ofrecemos cursos internos y externos, los cuales se coordinan según la naturaleza de la capacitación.
- Visitas a plantas de proveedores** ➤ Planificamos visitas a las fábricas de nuestros proveedores; a través de esta acción, los colaboradores acceden a la posibilidad de visualizar el proceso completo de fabricación del producto y, de esta forma, conocer en detalle las características de los productos, el tipo de material del cual está compuesto, su calidad, etc.
- Capacitaciones en Procedimientos** ➤ El objetivo es que el colaborador conozca todos los procedimientos relacionados al sector de ventas y operaciones de la Tienda. ➤ Producto a pedido / Instalaciones Despacho a domicilio / Producto de la semana / Productividad / Precios / Atención al cliente / Inventarios /Compras/ Caminatas comerciales / Escuelas de cajas
- Capacitaciones en Habilidades** ➤ Las capacitaciones de habilidades blandas tienen como objetivo principal brindar a los participantes una serie de herramientas para que puedan reconocer y mejorar sus propias habilidades. De esta manera, se apunta a optimizar el desempeño y lograr los objetivos comunes.

- Escuela de Cajas** ➤ El Programa de formación consiste en una capacitación de 3 días consecutivos en donde el colaborador los conceptos teóricos básicos y luego realiza una parte práctica, a través del "Laboratorio de Cajas" en el cual practica y simula la operación de la caja, pero sin estar expuesto a la presión que genera estar operando por primera vez ante un cliente.
- Desayunos de Trabajo** ➤ Desayunos y almuerzos de trabajo en los que participan los Subgerentes de Tiendas junto con el Gerente General. Es una jornada destinada a trabajar conceptos de liderazgo y tiene una duración de medio día.
- Programa de Becas de Estudio** ➤ Otorgamos una bonificación del 25% para el pago de la cuota de la facultad a algunos colaboradores de nuestras Oficinas de Apoyo, así como financiamiento para el pago de Posgrados, MBA, Idiomas, Cursos de Computación y Programas Ejecutivos.
- Seguridad & Higiene** ➤ El Departamento de Seguridad e Higiene cuenta con un cronograma anual para ampliar los conocimientos de los colaboradores y mantenerlos capacitados para saber enfrentar cualquier situación de emergencia.
- Academia LEAN** ➤ La Academia LEAN es un espacio de Capacitación y entrenamiento sobre la filosofía Lean Management. Está vigente desde mayo de 2018 en el Centro de Distribución y se encuentra destinada a todos los colaboradores de Sodimac Argentina y Uruguay. Al día de hoy, participaron 103 colaboradores.
- Entrenamiento en el Trabajo (ET)** ➤ Orientado a formar y capacitar a nuestros nuevos ingresos, desarrollamos entrenamientos en el puesto de trabajo.
- Capacitación en venta de proyectos** ➤ Este Proyecto regional tiene como objetivo capacitar a nuestros colaboradores en la venta de proyectos, buscando generar una ventaja diferencial en el mercado y con respecto a la competencia. Para este proyecto se seleccionaron 11 MOMOs quienes recibieron capacitaciones sobre liderazgo y formación, y quienes fueron los encargados de capacitar a los vendedores. Finalizamos el 2018 con mas de 350 colaboradores capacitados y 592 horas de capacitación.
- Ferias de Productos** ➤ A fin de prepararnos para la temporada de venta, realizamos Ferias de Productos asegurándonos que los colaboradores contarán con las herramientas necesarias para brindar un excelente servicio de atención, abordando al cliente de manera distintiva y marcando la diferencia.
- CapacitarME** ➤ En 2018, lanzamos un nuevo programa llamado CapacitarME enfocado en la autogestión de cada uno de nuestros colaboradores de Oficina. Su objetivo es empoderar a los colaboradores con el objetivo de concientizar la importancia de ser protagonistas de su capacitación y desarrollo.



5.2.4 Clima Laboral

Uno de nuestros objetivos como compañía es contribuir a generar ambientes cálidos y transparentes, impulsando lazos abiertos, sinceros y respetuosos entre todos nuestros colaboradores, sin importar el puesto de cada uno. Procuramos alcanzar un ambiente de trabajo que promueva los derechos humanos, la dignidad y respeto para todas las personas.

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

En 2018, obtuvimos el 5^a puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Argentina (en la categoría más de 1.000 colaboradores) y el 6^a puesto en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Uruguay (en la categoría grandes empresas).



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

Estamos orgullosos de decir que somos parte de las Mejores Multinationales para Trabajar en América Latina. Como Grupo Falabella ocupamos la posición N° 25

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



5.2.4.1 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.

Todo colaborador puede expresar sus inquietudes, problemas, observaciones o sugerencias con respecto a sí mismo o ligado a nuestra compañía. Nuestra Política de Comunicación tiene como objetivo mantener informado a nuestros equipos, conservando la cercanía con nuestros colaboradores. Es por ello que creamos canales de comunicación para que todos puedan ser escuchados e informados de las novedades, privilegiando la comunicación cara a cara.

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

En septiembre de 2018, lanzamos la prueba piloto de la plataforma colaborativa Workplace a alrededor de 650 personas. En este sentido, los colaboradores de oficinas, del centro de distribución y de las Tiendas Sodimac San Martín y Vicente López pudieron utilizarla no sólo para comunicarse a través de los grupos sino como un espacio de trabajo donde pudieron interactuar a través de un chat, compartir archivos y desarrollar proyectos entre distintas áreas.

Reuniones



Otros



5.2.4.2 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 entre los equipos.

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. Participan colaboradores de Tiendas y Oficinas

Premios Programa Promotor

Mensualmente, premiamos a las Tiendas que hayan alcanzado o superado el objetivo mensual de NPS, mediante sorteos donde participan todos los colaboradores

Agradecimiento a nuestras secretarías

Agradecimiento especial es 4 de septiembre Día de la secretaria.

Colaborador del Año

Durante diciembre, todos los colaboradores de Tienda y Oficina votan para elegir al mejor colaborador y al mejor Jefe del año. En este sentido, se toma como referencia quienes representan los valores de la Compañía.

Aniversarios de Apertura de Tiendas

Cada aniversario de nuestras Tiendas es un momento para agradecer, festejar y compartir.

Cambio de Tiendas

Agradecimiento homenaje a los colaboradores que cambian de Tiendas.

Graduación

Destacamos el esfuerzo a nuestros profesionales recientemente graduados.



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.

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 de Despedida

Reconocimiento a aquellos colaboradores que por motivos de jubilación o desarrollo personal deciden emprender nuevos desafíos.

5.2.5 Calidad de Vida

Buscamos que nuestros colaboradores equilibren su vida laboral y personal. Por eso, ofrecemos beneficios que les brinden un espacio donde puedan sentirse seguros y cuidados.

Contamos con un programa de beneficios, diseñado para atender las diferentes necesidades. Estamos orgullosos de tener una política orientada no sólo 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.

En línea con esta filosofía, hemos desarrollado las siguientes acciones, beneficios y programas los cuales han sido pensados en base a las necesidades de nuestro personal.

Descuentos y Beneficios Equilibrio Vida Laboral Personal Beneficios Vida Saludable

Beneficio Sodimac Servicios Especiales.

Este beneficio es 1 opción cada 6 meses, aplica para colaboradores efectivos del grupo Falabella con una antigüedad mayor a 3 meses.

Beneficio 3x1

Todos los colaboradores pueden extender su descuento de empleado a dos familiares referidos.

Beneficio Seguro para el Hogar

Contratando un seguro para el Hogar a través de Servicios Falabella, les ofrecemos a todos los colaboradores con más de tres meses de antigüedad, 33% de descuento en el precio final del seguro.

Servicio de comedor

Todas las Tiendas cuentan con comedores (casinos) donde los colaboradores pueden acceder al beneficio de un almuerzo a cargo de la Empresa. En la Oficina de Apoyo, los colaboradores pueden acceder a diversos menús y opciones de comida a un precio conveniente.

Uniformes

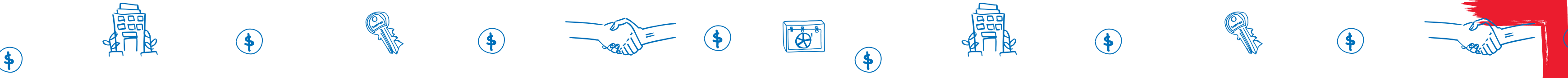
En dos épocas del año, entregamos uniformes a nuestros colaboradores de Tiendas.

Tarjeta de Crédito CMR Mastercard

Los colaboradores pueden obtener la tarjeta CMR Mastercard con beneficios exclusivos.

Descuentos en tiendas Sodimac

Ofrecemos importantes descuentos y cuotas sin interés en Tienda Sodimac en efectivo o con tarjeta CMR.



Descuento en Falabella.com

Todas las compras de empleados en Falabella.com cuentan con ahorro especial.

Beneficio de Construcción, Remodelación y Mudanza

Ofrecemos a todos nuestros colaboradores, con más de un año en la compañía, la oportunidad de acceder a precios diferenciales en materiales de construcción para una vivienda, abonando con distintos medios de pago.

Descuentos educativos

Ofrecemos descuentos en importantes universidades e instituciones educativas.

Portal de beneficios “Nuestra casa”

Ingresando al sitio www.beneficiosodimac.com.ar nuestros colaboradores acceden a diversos descuentos en más de 900 comercios, además de poder adquirir órdenes de compra a precios diferenciales. Además, contamos con una aplicación de “Nuestra casa” disponible para aquellos deseen acceder a visualizar los beneficios desde un dispositivo móvil.



Descuento seguro de vida optativo

Los colaboradores que lo deseen pueden optar por la contratación de un seguro de vida, múltiplo de veinticuatro sueldos, a través de cuotas mensuales diferenciales.

Descuento en Viajes Falabella

Ofrecemos descuentos en paquetes turísticos, aéreos y hoteles; dependiendo del producto, varía el porcentaje de descuento.

Beneficios diciembre

A fin de año, entregamos a nuestros colaboradores de oficina y Tiendas una canasta navideña con productos para compartir junto a sus familias y celebrar las fiestas. Además ofrecemos descuentos especiales en las Tiendas Falabella y Sodimac para adquirir productos de forma más accesible. Adicionalmente, contamos con un beneficio de bono navideño.

Obsequios sustentables

Como parte de la estrategia de sostenibilidad y buscando agregar valor y generar sinergias dentro de la Compañía, cada obsequio, fecha especial o celebración es desarrollado entre las diferentes áreas procurando hacer compras solidarias, responsables con el ambiente y con la sociedad. En esta línea, trabajamos con proveedores que producen o desarrollan productos responsables, con contenido social e inclusión.

Referidos Responsables

A aquellos colaboradores fuera de convenio, que fueran candidatos e ingresen a la compañía en posiciones fuera de convenio, reciben una gratificación por única vez en el recibo de sueldo.

Beneficios vida saludable

- * Salas de Descanso en Tiendas
- * Torneo de Fútbol
- * Torneo de Ping Pong
- * Descuentos en Gimnasios
- * Día de la Fruta
- * Servicio Médico en Tienda
- * Medicina Prepaga
- * Chequeo Médico Anual para Ejecutivos
- * Charla el Arte de Prevenir

El servicio de fruta en Oficinas es brindado a través de la Fundación En Buenas Manos, en la que trabaja un equipo de personas sordas que realizan diariamente la selección, el sanitizado (eliminación de bacterias y prolongación de la vida útil), el armado y la distribución de bandejas de fruta.

Equilibrio vida laboral-personal

- * 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: Una vez, cada seis meses, nuestros colaboradores cuentan con un día libre.
- * Día libre de cumpleaños

Beneficio Casamiento

Los colaboradores que se casan cuentan con dos días adicionales de licencia, obteniendo finalmente doce días de corrido por matrimonio, y se les hace entrega de un voucher para ser usado en nuestras Tiendas Sodimac.

Graduaciones

A los colaboradores que se encuentran fuera de convenio que cuentan con dos años de antigüedad y se hayan recibido de alguna carrera de grado o posgrado, se les entrega un voucher de compra en Sodimac.

Ayuda y acompañamiento en momentos especiales

Acompañamos a nuestros colaboradores en momentos difíciles atravesados por ellos y sus familias ante situaciones críticas, como lo es un fenómeno climático, pérdida de un familiar o cualquier otro momento delicado que requiera nuestro apoyo.

Alentamos a nuestros colaboradores a desarrollar una vida sana. Por eso, les acercamos descuentos y oportunidades para adquirir hábitos saludables

Programa Maternidad Flexible

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 compartiendo mayor tiempo con su bebé durante los primeros meses de vida. Una vez cumplida su licencia por maternidad establecida por la Ley de Contrato de Trabajo, se reintegran a su jornada con un horario reducido de seis horas.



Beneficios Pañales

Ofrecemos mensualmente a los colaboradores dentro y fuera de convenio que trabajan en nuestras tiendas un hiperpack de pañales para sus hijos de cero a tres años.

Ajuar de Nacimiento

Con motivo del nacimiento de los hijos de nuestros colaboradores, les obsequiamos un ajuar para darles la bienvenida a los nuevos integrantes de la familia.

Licencia por Maternidad — Adopción

Se decidió que a partir de que le adjudiquen la adopción se le darán 2 meses de licencia que se podían combinar de la siguiente manera:

- 15 días licencia al 100% y 45 días de maternidad flexible.
- 30 días licencia al 100% y 30 días de maternidad flexible.

Tiempo Libre Futura Mamá

Nuestras futuras mamás, colaboradoras fuera de convenio, gozan de una mañana o tarde libre por mes para realizarse los controles prenatales.

Beneficio Paternidad

Nuestros colaboradores ahora pueden compartir mayor tiempo con su familia al momento del nacimiento de su hijo/a. El beneficio consiste en extender la licencia por paternidad, permitiéndoles a los colaboradores gozar de 6 (seis) días adicionales a los 2 (dos) días de licencia estipulados por la ley de contrato de trabajo



	2018		2017		2016	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Sodimac Argentina					
Número total de empleados que han tenido derecho a permiso parental	29	31	27	37	38	53
Número total de empleados que se han acogido al permiso parental	29	31	27	37	38	53
Número total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental	29	28	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	29	42	27	28	38	70

5.2.6 Relación con Sindicatos y Estructura Salarial

Tasa de sindicalización del 100% donde opera 1 sindicato.

Todos los salarios en Sodimac se encuentran por encima del SMVM. El salario básico inicial supera en un 249% el SMVM en Argentina. El salario mínimo estándar en Sodimac Argentina es de \$24.863

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

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

Para asegurar la equidad externa, participamos en diferentes encuestas salariales de mercado encabezadas por consultoras que nos brindan información para realizar comparaciones y tomar decisiones en materia de Compensaciones y Beneficios. Además, semestralmente realizamos un análisis de remuneraciones y ajustes por inflación que a su vez van de la mano del resultado de la última evaluación de desempeño.

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: Valuamos los puestos a través del sistema "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.

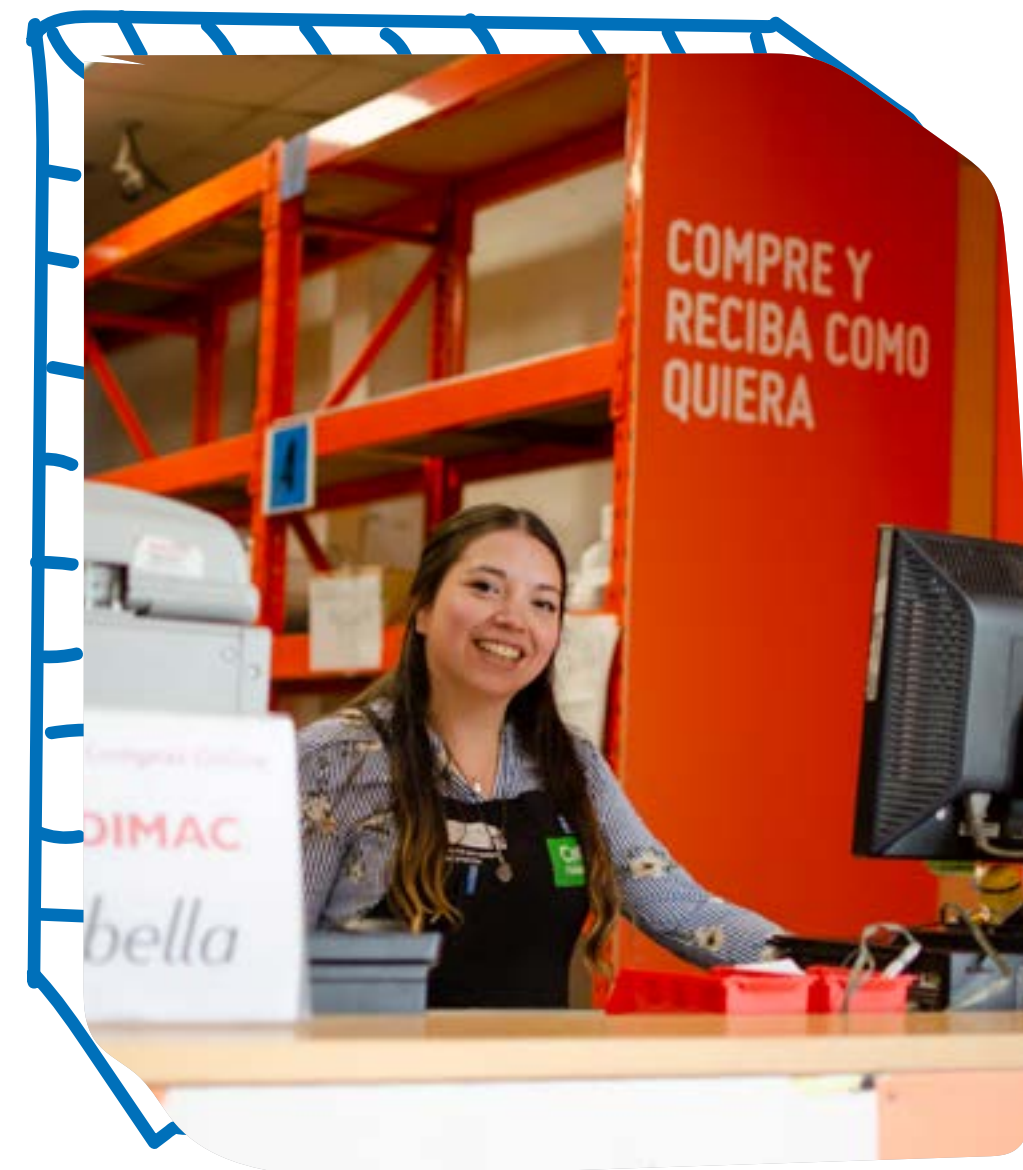
Encuesta de Compensaciones: Esta herramienta nos permite gestionar la competitividad externa analizando la compensación de un puesto en comparación con puestos similares en el mercado.

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

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.



5.2.7 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 que se incluye nuestra Política de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente en la que se establece como objetivo 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.

5.2.7.1 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 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
- Práctica en uso de extintores
- Normas de seguridad y elementos de protección personal



5.2.7.2 Accidentalidad, Enfermedades Profesionales y Ausentismo

4,61%
fue la Tasa de
Accidentalidad para
Sodimac Argentina en
el período 2018

Accidentes			
	2018	2017	2016
Sodimac Argentina	74	194	92
Sodimac Uruguay	27	12	14

	Sodimac Argentina			Sodimac Uruguay		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Enfermedades Profesionales	2	7	0	0	0	0
Hombres	1	-	-	0	-	-
Mujeres	1	-	-	0	-	-
Horas Trabajadas	2.971.082	2.870.198	3.067.375	814.441	759.447	593.093
Hombres	1.218.144	-	-	350.210	-	-
Mujeres	1.752.938	-	-	464.231	-	-
Días Perdidos ¹¹	752	2.136	1.605	459	480	128
Días Perdidos por Ausencia	2.899	2.637	3.050	637	3.059	1.245
Hombres	761	-	-	116	-	-
Mujeres	2.138	-	-	521	-	-
Días Trabajados	368.389	356.435	516.552	101.805	94.932	120.182

¹¹ A causa de accidentes.

5.2.7.3 Salud y Bienestar

Queremos crear conciencia sobre la importancia de cuidar nuestro cuerpo.

- Maratón Avon: Participamos de la maratón para ganarle al Cáncer de mama.
- Estee Lauder Companies: Organizamos charlas sobre el cáncer de mama en nuestras oficinas para concientizar sobre esta problemática que afecta a miles de mujeres.





5.3 Nuestros Clientes

Contenidos GRI
103-1, 103-2, 103-3
206-1
416-2, 418-1
Principios Pacto Global
1, 2

Nuestro Compromiso

Ponemos al cliente en el centro de nuestro quehacer, 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.

Objetivos

- 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.
- Afirmar nuestro compromiso con la comunidad a través de donaciones en especie.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- Salud y Seguridad de los Clientes
- Privacidad del Cliente
- Competencia Desleal
- Comercio y Marketing Responsable
- Experiencia de Compra Omnicanal
- Ética Publicitaria
- Educación y Consumo Responsable
- Información, Salud y Seguridad del Producto

Objetivos de Desarrollo Sostenible



5.3.1 Nuestros Clientes

La propuesta de valor de Sodimac hacia sus clientes particulares 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. Nuestro desafío consiste en inspirar a nuestros clientes y hacerles propuestas accesibles para mejorar su calidad de vida en sus propias casas. Y la propuesta de valor hacia nuestro cliente profesional, es ofrecerle productos de calidad para mejorar su trabajo y a la vez, a aquellos que son miembros del CES, ofrecerles beneficios cualitativos relacionados con capacitaciones dictadas por nuestros proveedores para mejorar su calidad y velocidad de trabajo.

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.

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.

Familias

(Dueños y dueñas de hogares)

Maestros

(Contratistas, pequeños especialistas)

Empresas

(Constructoras medianas y grandes)

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.

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.

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.

5.3.2 Comercio y Marketing Responsable

Estamos comprometidos con asegurar a nuestros clientes una adecuada disponibilidad, calidad y seguridad de los productos que ofrecemos, respetando sus derechos, cumpliendo las promesas realizadas y, aplicando políticas comerciales justas y transparentes. Para ello, desarrollamos una Política de Ética Publicitaria en donde se establece que la comunicación de marketing de Sodimac Argentina y Uruguay se basa en la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias, con un enfoque basado en la sostenibilidad y criterios ajustados a la ética publicitaria.

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.



5.3.2.1 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 son:



+ VER MAS

4ª Gran Feria de Capacitación para Especialistas de la Construcción

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.



+ VER MAS

Somos PetFriendly,

Tu mascota es bienvenida

Nuestros clientes tienen la posibilidad de disfrutar de la experiencia de ir a las Tiendas Sodimac Homecenter con su amigo más fiel.



Muebles

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



+ VER MAS

Casa ECO,

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

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.



Etiqueta energética

Se incorporó a la ficha técnica de los productos el distintivo de eficiencia energética.



Todos los productos de la Casa ECO aparecen con su logo distintivo en todas nuestras tiendas y en la tienda online Sodimac.com.ar

5.3.3 Profundización y transformación digital

Con el fin de brindarles el mejor asesoramiento y una variada propuesta de productos y servicios, nos capacitamos durante todo el año sobre distintas herramientas que permiten optimizar la experiencia de venta.

Sabemos que, para continuar creciendo y poder brindarles a nuestros clientes una experiencia sobresaliente, debemos innovar. En ese camino, escuchamos sus sueños y los traducirlos en nuevos productos y servicios que combinen estratégicamente nuestras Tiendas con tecnologías y procedimientos.

Apuntamos a la transformación digital para impulsar el uso de la tecnología y generar nuevos modelos de negocio que mejoren exponencialmente la experiencia de compra de nuestros clientes. Es por eso por lo que continuamos desarrollando iniciativas que optimicen y hagan más eficiente nuestro negocio tradicional mejorando nuestras Tiendas desde una perspectiva tanto digital como sostenible, incorporando las nuevas tendencias de uso de la tecnología que mejoren la experiencia del cliente y, enfocándonos en la transformación de las Tiendas físicas a Tiendas digitalmente integradas para poder ofrecer la mejor calidad, asesoramiento, venta y despacho de productos.

5.3.3.1 Omnicanalidad, nueva experiencia de compras

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.

El cliente se relaciona con la marca con una experiencia consistente y relevante a través de cualquier canal



ONLINE
SODIMAC.COM

Para canal de venta
Online o información



TELÉFONO
600.600.1230

Canal de venta
telefónica



VENDEDOR

Asistencia a través de
vendedor presencial



PUNTO DE
COMPRA ONLINE

Compra Online dentro
de la tienda en
pantalla física

CANAL MIXTO



COMPRA
ONLINE Y
RETIRA EN
TIENDA

Para compras Online
desde sodimac.com

CANALES DE DESPACHO



DESPACHO

Entrega a domicilio



RETIRA EN
TIENDA

Retirar en tienda
a elección

BÉSUQEDA



ENCONTRÁ RÁPIDO
TUS PRODUCTOS

OTROS



Wifi

5.3.4 Escuchamos a nuestros clientes

Los comentarios de nuestros clientes son nuestra oportunidad para mejorar y ofrecer un excelente servicio cada día.

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.

Dos veces por año, realizamos Focus Groups, tanto con clientes particulares como con especialistas de la construcción, dichas iniciativas permiten validar el trabajo y las acciones de comunicación realizadas.

[Sistema NPS](#) | [Página Web](#) | [Redes Sociales](#)
[Libro de Quejas](#) | [SAC](#)

Tasa de Reclamos						
	Sodimac Argentina			Sodimac Uruguay		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Reclamos	22.279	9.399	12.227	3.278	2.381	2.046
Transacciones	3.566.849	3.768.707	3.523.840	1.083.662	957.698	850.299
Tasa %	0,62	0,25	0,35	0,30	0,25	0,24

El aumento de la venta nsr (+54%) sobre el total compañía (11,5%) aumentó la cantidad de reclamos, sobre todo por home delivery. Por otro lado, se impulsó la registración de reclamos desde tiendas, con foco en NSR. Por otro lado, el área de Front y Back no tenían procesos establecidos para resolución de casos por lo cual, muchos de esos reclamos se repitieron porque se cerraban sin que se confirmara que estuvieran resueltos.

[Más información >](#)

5.3.4.1 Programa Promotor

Nuestro modelo de negocio está orientado al cliente, es por eso por lo que utilizamos como herramienta de medición de satisfacción el sistema NPS (Net Promoter Score/System) sobre el cual 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.

En total se reciben más de 1.500 encuestas al mes y al consultar a los clientes si recomendarían a un familiar o amigo a una Tienda Sodimac, más del 70% de los clientes calificó con nota 9 y 10 (en una escala de 1 a 10).

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

	2018	2017	2016
Puntos NPS	63	59	63
Muestra	28.760	23.443	20.617

Comité NSR

El propósito del Comité NSR es transmitir de manera consistente y fortalecer, a todas las áreas de Sodimac Argentina y Uruguay, en la gestión sostenible de los procesos de Non Store Retail y su mejora continua, así como gestionar y asegurar la implantación de la cultura NSR en todos los procesos comerciales y operaciones, que impacten directamente en nuestros Clientes

Seguimos creciendo en las Redes

5.3.4.2 Sodimac en las 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.

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.

Monitoreo en Redes Sociales						
	Sodimac Argentina			Sodimac Uruguay		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Seguidores	566.256	402.047	342.233	170.177	128.630	100.394
Apariciones Positivas	7.820	2.140	1.481	1.657	1.100	937
Apariciones Negativas	3.934	1.600	469	614	210	184



110.000 SEGUIDORES

seguidores que disfrutaron nuestras sesiones por campañas y eventos.



+ de 3.600.0000 SEGUIDORES

en esta red donde 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. Nos permite ingresar a los hogares, no sólo de colaboradores de Sodimac, sino también a los de clientes y no clientes.



500.000 VISUALIZACIONES

Se publican comerciales y eventos especiales. En esta red contamos con más de 35.000 suscriptores y un promedio de 500.000 de visualizaciones de Sodimac.



21.000 SEGUIDORES

nos contacta con nuestros seguidores, con los que compartimos campañas, acciones solidarias, concursos, consejos de decoración, lanzamientos y nuevos productos

+ VER MAS

5.3.5 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 Círculo de Especialistas es una comunidad creada por Sodimac Constructor que reúne a los profesionales de la construcción. Ofreciendo a nuestros clientes los siguientes beneficios:

- Capacitaciones específicas
- Actividades especiales
- Visitas a Fábricas
- 20 cortes de madera gratis
- 20% de descuento en alquiler de herramientas
- Acceso a un catálogo de puntos

Durante 2018 se ofrecieron más de 136 capacitaciones al CES en las que asistieron más de 5.300 especialistas y 11 visitas a empresas en las que participaron más de 180 especialistas.



5.4 Nuestros Proveedores

Contenidos GRI
102-9, 102-10
103-1, 103-2, 103-3
204-1
308-1, 308-2
408-1, 414-1
Principios Pacto Global
1, 2, 4, 5, 8 y 10

Nuestro Compromiso

Tratamos a nuestros proveedores de manera transparente y justa, desarrollamos relaciones de largo plazo, como socios estratégicos de nuestra cadena de valor, realizando acciones que valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común.

Objetivos

- Modernizar e incorporar más activamente la tecnología e Internet a toda su operación.
- Incrementar la nómina de proveedores inclusivos

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Aspectos materiales y Temas estratégicos

- Trabajo Infantil
- Gestión de Proveedores y Transparencia Comercial
- Integración Sedex
- Prácticas de Adquisición
- Aprovechamiento responsable
- Evaluación ambiental de Proveedores
- Compras Inclusivas
- Gestión Sostenible de Proveedores
- Calidad de Productos
- Innovación y Desarrollo
- Control de Calidad
- Gestión de Riesgo en Proveedores
- Canales de Atención y Reclamos
- Gestión de Pequeños Proveedores

5.4.1 Gestión de Proveedores 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.



“Desde los comienzos de nuestras operaciones fuimos implementando gradualmente diferentes acciones y programas con nuestra cadena de valor. Respecto de nuestros proveedores, estas acciones están relacionadas principalmente con el proceso de selección de ellos, que contempla criterios de seguridad, higiene y ambiente, la firma del documento denominado Vendor Compliance, donde aceptan que Sodimac realice auditorías a sus instalaciones y se comprometen con la Declaración Básica de Responsabilidad Social de Proveedores, y la integración gradual de proveedores críticos a Sedex (Supplier Ethical Data Exchange), una herramienta que permite compartir datos éticos, reducir los riesgos, proteger la reputación corporativa y hacer seguimiento de prácticas y no conformidades en la cadena de abastecimiento, y la conformación del Comité de Riesgo de Proveedores, cuyo propósito es complementar la gestión de riesgos y fortalecer el ambiente de control enfocándose en la gestión, la administración y el seguimiento de los proveedores del negocio.”

Pablo Ardanaz, Gerente General de Sodimac

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 ge-

rencia 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			
	2018	2017	2016
De Producto	1.337	1.281	944
De Servicio	944	1.127	1.407
Total	2.281	2.408	2.351
Proveedores Uruguay			
De Producto	853	848	648
De Servicio	240	448	215
Total	1.093	1.296	863

5.4.1.1 Gestión Sostenible de la Cadena de Valor

Con la coordinación del Programa Valor, y como parte del proceso de llevar adelante un modelo de gestión sostenible de la cadena de valor, llevamos adelante un taller en “Gestión Sostenible de la Cadena de Valor” a todos aquellos colaboradores que tienen una relación directa con nuestra cadena de valor, con el fin de interiorizarlos sobre los principios, los conceptos y las prácticas que proponen las compras sostenibles sobre la base de normas como la reciente ISO 20400 y otras de similar relevancia, de modo tal que puedan adoptarla progresivamente en nuestra gestión operativa.



5.4.1.2 Comité de Riesgo de Proveedores

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:

- 1 Alinear la gestión de riesgos de la empresa con las políticas corporativas relacionadas al tratamiento de proveedores.
- 2 Generar una Matriz de Riesgos para la gestión y seguimiento de proveedores.
- 3 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.
- 4 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.
- 5 Revisar, actualizar y aprobar los riesgos expuestos en la Matriz de Proveedores.
- 6 Apoyar la gestión del programa de sostenibilidad y asegurar la implementación de las iniciativas y/o proyectos corporativos de gestión de riesgos.

5.4.2 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.

5.4.2.1 Integración a Sedex

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 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 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. Además, 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 2018, 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 sociales¹², 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.

¹² Auditorías de comercio ético para verificar el cumplimiento de los requisitos de SMETA (auditoría de comercio ético de miembros de Sedex) de dos pilares; Normas laborales; Salud y seguridad.

5.4.2.2 Vendedor 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:

- ✗ Trabajo Infantil
- ✗ Trabajo Forzoso o Involuntario
- ✗ Acciones Disciplinarias y Maltrato Discriminación

La declaración de apoyo a:

- + 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

Este año, continuamos incorporando proveedores locales a este sistema con la firma del Vendor Compliance y seguimos con las auditorías. Por otro lado, todos los Vendor Agreements que se firmen con los proveedores, a partir de 2018, contienen una cláusula de Cumplimiento de Código de ética y normas Anticorrupción.



¿Qué es el Vendor Agreement?

Es un contrato entre el proveedor y Sodimac que incluye, entre otras, cláusulas de Responsabilidad Social y Ética Empresarial que son obligatorias para todos los acuerdos con proveedores de acuerdo a las políticas del Grupo Falabella. El mismo incluye el Código de Conducta Aplicable a Proveedores basado en los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y una breve explicación acerca de la importancia de cada uno de ellos.

5.4.2.3 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.

5.4.3 Compras Inclusivas

Creemos en la inclusión social como parte de Nuestra Estrategia de Sostenibilidad, por lo que decidimos incorporar en nuestra cadena de valor distintas organizaciones y fundaciones que tienen como objetivo promover la inclusión social de personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad o personas con discapacidad.

De esta forma, se han incorporado a la red de proveedores, organizaciones que se caracterizan por producir o desarrollar productos responsables, con contenido social e inclusión. Aprovechamos cada fecha especial o celebración para realizar compras solidarias y responsables con el ambiente y la sociedad. Algunas de ellas son:



→ Fundación San José Providente: El emprendimiento solidario Albricias de la fundación realiza los Huevos de Pascua que entregamos para a todos nuestros colaboradores. A través de esto, contribuimos con el mantenimiento del hogar de la fundación donde concurren unos 250 niños y jóvenes a lo largo de todo el año para recibir contención, alimentación y educación.

→ La Usina junto a la empresa social Red Activos: Las bolsas de tela que utilizamos para distintas fechas especiales y las cajas navideñas que entregamos a nuestros colaboradores son confeccionadas por distintos talleres protegidos de Red Activos. A través de esto, generamos inclusión social para las personas con discapacidad intelectual que forman parte de esta red de talleres.

→ En Buenas Manos: Las bandejas de frutas que proporcionamos a nuestros colaboradores semanalmente son armadas y entregadas por la organización, que fomenta la inclusión de personas con discapacidad auditiva promoviendo la generación de emprendimientos autosustentables.

→ Movimiento Darte: Los cuadernos ecológicos que nos proporciona la organización para distintos eventos y capacitaciones son realizados por personas en situación de vulnerabilidad económica y social. Al comprar cuadernos fomentamos no solo el cuidado del medio ambiente, sino también el empleo de calidad y la educación en niños y jóvenes.

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.



5.5 Compromiso con la Comunidad

Contenido GRI
103-1, 103-2, 103-3
413-1
Principios Pacto Global
1, 2 y 6



Nuestro Compromiso

Procuramos que nuestra actividad beneficie también a las comunidades donde estamos presentes, ampliando a sectores de menores ingresos el acceso a productos y servicios, permitiéndoles mejorar efectivamente su calidad de vida; generando ofertas innovadoras; 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.

Objetivos

- Mantener un excelente nivel de recordación de la marca.
- Ser reconocida como una empresa socialmente responsable.

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- Gestión con la Comunidad
- Empleabilidad Local
- Inclusión y Comercio Local
- Alianzas con la Comunidad
- Desastre, Catástrofe y Emergencia

Objetivos de Desarrollo Sostenible



5.5.1 Nuestras Comunidades

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.

Comprometidos con el ser una empresa socialmente responsable buscando aportar al desarrollo de las comunidades donde estamos presentes, elaboramos nuestra Política de Relacionamiento Comunitario en la cual damos cuenta 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.

En relación con las comunidades donde estamos presentes, trabajamos en construir una relación mutuamente beneficiosa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.

Inversión Social	2018	2017	2016
Sodimac Argentina	\$3.175.993	\$1.755.801	\$1.499.439
Sodimac Uruguay	\$2.708.757	\$1.680.245	\$2.049.619

Gestión de la Comunidad

Conocer y considerar las expectativas de la comunidad, realizando evaluaciones sistemáticas sobre el impacto de cada apertura y/o remodelación mayor de nuestras instalaciones, entre quienes habitan dentro de la zona de influencia y gestionando sus resultados;

Mantener informados a la comunidad y vecinos sobre los avances de los compromisos adquiridos;

Estrechar alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones sociales con las que compartimos intereses y objetivos comunes para mejorar las condiciones de vida de las personas en las comunidades en donde estamos presentes, o de alcance nacional o regional.

Empleabilidad Local

- Fomentar la empleabilidad local por intermedio de alianzas con organizaciones sociales dedicadas a esta problemática y organismos públicos correspondientes, además de impulsar, participar y colaborar con diferentes espacios de vinculación laboral entre la oferta y demanda de empleo;
- Ofrecer capacitación y desarrollo de clientes y comunidad en mejoramiento del hogar, eficiencia, energética, eficiencia híbrida, disminución de impactos medioambientales, y consumos responsables.



Inclusión y Comercio Local

- Potenciar la participación de nuestros colaboradores en voluntariado corporativo impulsando colaborativamente el desarrollo de proyectos con impacto social y/o ambiental vinculados preferentemente al mejoramiento de la habitabilidad de los vecinos.
- Estrechar alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones sociales con las que compartimos intereses y objetivos comunes para mejorar las condiciones de vida de las personas en las comunidades donde estamos presentes, o de alcance nacional o regional.

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.

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.

Inversión Social	Donaciones	Inversión Comunitaria	Iniciativas Comerciales	Total
Sodimac Argentina	\$1.464.471	\$1.674.113	\$37.409	\$3.175.993
Sodimac Uruguay	\$5.120	-	\$2.708.757	\$2.708.757

5.5.1.1 Gestión de la Comunidad



En línea con nuestra Política de Responsabilidad Social Empresaria, buscamos crear conciencia en nuestros colaboradores sobre su rol social, generando sinergias con ellos a través de acciones que contribuyen a la comunidad en la que trabajamos, teniendo en cuenta no solamente las necesidades, sino las oportunidades de mejora que tanto Sodimac como nuestros colaboradores pueden aportar. Para ellos, implementamos diferentes programas socia-

les, que apuntan a mejorar la calidad de vida de las comunidades donde estamos insertos.

Para llevar adelante nuestras acciones con la comunidad, trabajamos en alianzas con diversas Fundaciones y Asociaciones Sin Fines de Lucro. Nuestros dos principales aliados en Sodimac son Fundación Leer y Fundación SI.



La alianza entre Sodimac y Fundación Leer permite que niños y adultos celebren juntos el placer de leer a través del programa "Maratones de Lectura", que se implementa simultáneamente en todo el país. El programa tiene como fin ayudar a que los niños se acerquen frecuentemente a los libros en busca de entretenimiento e información. De esta manera, acercamos a los niños a la lectura, promoviendo su amor por los libros.

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, tales como las Residencias Universitarias, las Fábricas de Útiles/Juguetes, etc. 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.

El trabajo es llevado adelante por un gran número de voluntarios mediante un abordaje integral que trabaja la asistencia, la contención, la capacitación, la educación y la cultura del trabajo. Quienes forman parte de SI, creen en el trabajo de igual a igual, el trabajo en equipo, la heterogeneidad de los grupos, la complementación y en el aporte de las nuevas generaciones. Y continuamos con el apoyo a la Residencia Universitaria de Córdoba. Lo cual hacemos a través de donaciones mensuales para cubrir los gastos que tengan los chicos que habitan esa Residencia; desde libros, ropa, transporte y demás. Así también colaboramos con el equipamiento de las mismas.

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.



5.5.1.2 Empleabilidad Local



Para continuar promoviendo la inclusión social construimos alianzas corporativas con Fundación Forge y Fundación Reciduca becando a jóvenes para que puedan finalizar sus estudios e insertarse en el mundo laboral, y con Fundación Discar, incorporando colaboradores con discapacidad intelectual en nuestras Tiendas.



Fundación DISCAR 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/o laboral.

Fundación DISCAR 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/o laboral.

Fundación DISCAR 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/o laboral.



5.5.1.3 Inclusión y Comercio Local

Buscamos relacionarnos comercial y socialmente con terceros y empresas que promuevan y fomenten políticas de inclusión, equidad de género y no violencia ni discriminación.

5.5.1.3.1 Programa de Voluntariado Corporativo



Durante 2018

934 horas
de voluntariado
Sodimac Argentina

231 horas
de voluntariado
Sodimac Uruguay

Desde nuestro programa “Yo Soy Voluntario” fomentamos actividades de voluntariado que tienen lugar tanto dentro como fuera de la empresa, así como también durante y fuera del horario laboral, para lograr la involucración y participación de nuestros colaboradores a través de la dedicación de su tiempo y habilidades a distintas causas. Trabajamos en conjunto y consolidamos alianzas con distintas fundaciones y organizaciones con las cuales realizamos jornadas de voluntariados. Algunas de ellas son:

Fundación Si: Voluntariado en inducción para colaboradores que ingresan a la compañía, jornadas de pintura para equipar las Residencias Universitarias, fábrica de juguetes, fábrica de útiles escolares y talleres de cocina en fechas especiales para el proyecto “Si Pueden” y “Recorridas Nocturnas”.

Fundación Leer: Jornada de Maratón de Lectura en el mes de septiembre para fomentar la lecto-escritura en los más pequeños

Techo Uruguay: Jornadas de Construcción de viviendas en barrios en situación de vulnerabilidad social y económica.

Asociación Down de Maldonado Uruguay: Jornadas de pintura y construcción

Asociación Civil Ingeniería Sin Fronteras: Jornadas de construcción y mejoramiento de distintos centros comunitarios, jardines maternos y escuelas.

Escuela Virgen del Carmen en Ciudad Oculta: Jornadas de construcción de la primera escuela en Ciudad Oculta junto a la Brigada Solidaria del Círculo de Especialistas

Navidad en Acción junto a diferentes instituciones: Armado de cajas navideñas para familias en situación de vulnerabilidad



Alianza junto a Ingeniería sin Fronteras

Este año apostamos a la conformación de una nueva alianza junto a esta organización civil, la cual trabaja por el desarrollo local de comunidades en situación de vulnerabilidad a través de proyectos de Ingeniería. Desde Sodimac hemos apadrinado 2 proyectos, uno cercano a la comunidad donde está nuestra tienda de Córdoba (Proyecto: Salón Comunitario) y otro cerca de la tienda San Martín (Proyecto: Jardín Maternal). En ambos proyectos además de colaborar con materiales de construcción para llevar adelante los mismos, nuestros colaboradores han participado de jornadas de construcción y pintura.



5.5.1.3.2 Brigada Solidaria del Círculo de Especialistas

Continuamos promoviendo una cultura de voluntariado entre nuestros clientes sumándolos a nuestros programas líderes que están integrados por voluntarios profesionales, que forman parte de nuestro círculo de especialistas.

En el marco del Programa de Responsabilidad Social Empresaria, Sodimac Constructor creó en conjunto con el área de la Compañía, 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 que quienes forman parte de ella puedan aplicar sus conocimientos en pos 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. En este sentido, continuamos promoviendo una cultura de voluntariado entre los proveedores y clientes, sumándolos a los programas líderes de Sodimac, los cuales están integrados por voluntarios profesionales, que forman parte del Círculo de Especialistas.



Voluntarios a la escuela Un sueño más que, junto a la Brigada Solidaria del CES, logramos construir.



Este año nos sumamos a un nuevo proyecto, apoyar en la construcción de la primera escuela de Ciudad Oculta de la Parroquia Virgen del Carmen. A través de la llegada del proyecto, desde Sodimac hemos donado materiales de construcción para la ampliación de la escuela para que en el 2018 pudieran asistir más de 400 chicos del barrio. A su vez algunos de nuestros proveedores se han sumado donando materiales. Esta iniciativa contempló una acción de voluntariado para la cual convocamos a colaboradores de la Oficina de Apoyo para pintar las nuevas aulas de la escuela y la brigada del CES aportó su mano de obra para cumplir con este sueño.

5.5.1.3.3 Donaciones y Campañas Solidarias

En Sodimac, en alianza con las Fundaciones e Instituciones con las que trabajamos, realizamos donaciones de materiales, siempre apuntando a construcción, reformas y/o renovación de mobiliario que ayuda a cada una de las instituciones elegidas a continuar con su misión de la mejor manera posible. Este último año en particular se realizaron donaciones a La Sagrada Familia, Fundación Sí, Escuela Virgen del Carmen, Ingeniería Sin Fronteras, Fundación Juanito.



Política de Donaciones

Contamos con un procedimiento que regula las actividades del proceso de generación y aprobación de donaciones, con el fin de establecer definiciones y controles básicos basados en los lineamientos establecidos en la visión, misión y valores de la Compañía. Esta política nos permite colaborar de manera transparente con diferentes instituciones proporcionando materiales de construcción y equipamiento. Algunas de ellas son:

- ✓ Fundación Sí
- ✓ Ingeniería sin fronteras
- ✓ Escuela Virgen del Carmen de Ciudad Oculta
- ✓ CEPRODIH Uruguay
- ✓ Asociación Down de Maldonado Uruguay
- ✓ Techo Uruguay



5.6 Compromiso con el Medio- ambiente

Contenido GRI
103-1, 103-2, 103-3
302-1, 302-3, 306-2, 306-4, 307-1
Principios Pacto Global
7, 8 y 9

Nuestro Compromiso

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

Aspectos materiales y Temas estratégicos

- Cumplimiento Ambiental
- Eficiencia Energética
- Cambio Climático
- Eco Eficiencia Operacional
- Gestión de Residuos
- Ciclo de vida del Producto
- Transporte y Logística
- Productos Sostenibles

Objetivos de Desarrollo Sostenible



5.6.1 Gestión Ambiental

Uy.

3 de 3
tiendas
ecoamigables

3 de 9 Arg.
tiendas
ecoamigables

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. 3 de las 9 Tiendas Sodimac Argentina fueron construidas bajo el concepto de construcción ecoamigable.

Tienda sustentable en el Tortugas Open Mall: Certificado Silver del Leadership in Energy & Environmental Design (LEED). Es el primer edificio comercial interno de Argentina que cuenta con este reconocimiento

5.6.1.1 Uso eficiente de 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.

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.

Respecto de los consumos de agua, que surgen por primera vez como tema material para los grupos de interés, desde Sodimac Argentina y Uruguay hemos dado inicio a un proceso de revisión de la información de los consumos en las diferentes tiendas, para su posterior consolidación y publicación.



	Total Consumo	Consumo de Energía renovable Kw/h	Consumo de Energía no renovable Kw/h			Kw/h sobre Superficie utilizada en m2		
			2018	2017	2016	2018	2017	2016
Sodimac Argentina Superficie utilizada m² 110.855	13.054.129	354.330	12.699.799	13.157.394	15.817.880	118	148	148
Sodimac Uruguay Superficie utilizada m² 28.431	3.506.541	-	3.506.541	3.439.895	3.527.759	123	124	124

Desayuno de Trabajo “Los Desafíos del Cambio Climático para Empresas” en la Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC)

Participamos de un desayuno de trabajo en el cual se hondaron los conceptos claves sobre cambio climático, iniciativas globales y los impactos y planes de mejoras que pueden llevar adelante las empresas.

5.6.1.2 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. Los residuos que generamos desde Sodimac pueden ser de cuatro tipos:

Residuos asimilables a urbanos:

Son los residuos fermentables (materia orgánica) o combustibles (papel, cartón, plástico, madera, gomas, cueros, trapos, etc.)

Residuos inertes:

Son residuos que no presentan ningún riesgo para el medio ambiente (chatarras, barros inertes, cenizas, polvos, arena, recortes de chapa, escorias y toda otra sustancia que no necesita ningún tratamiento previo a su disposición).

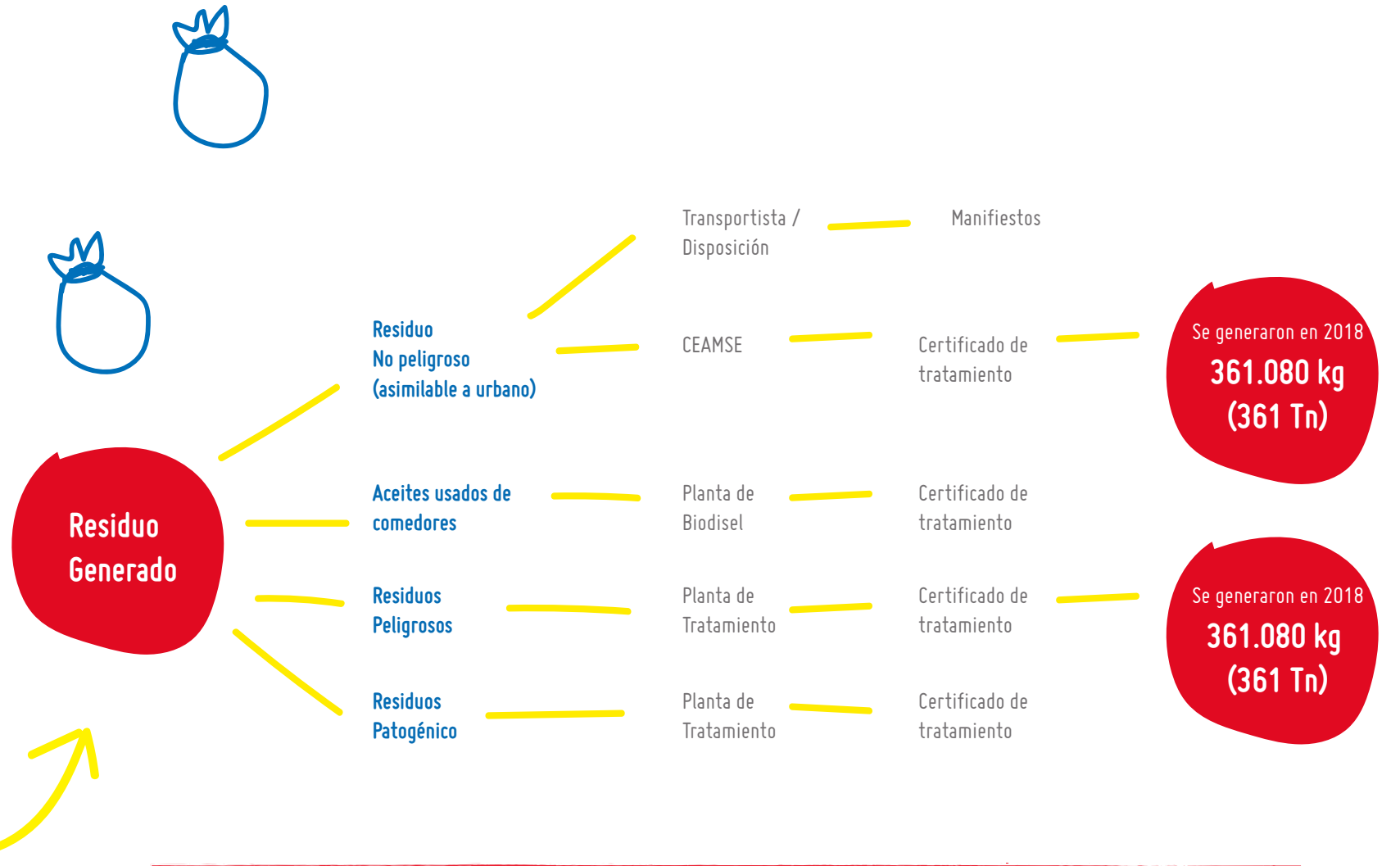
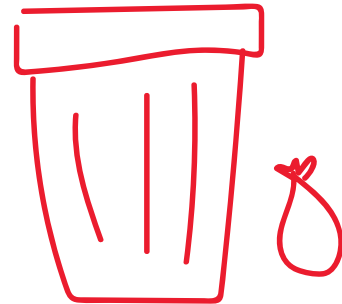
Residuos tóxicos y peligrosos / especiales:

Son residuos que tienen en su composición determinadas sustancias o materiales constituyentes en una concentración tal que, en función de la cantidad y forma de presentación del residuo, le pueden dar a estas características de peligrosos.

Residuos patogénicos:

Son todos aquellos desechos o elementos materiales en estado sólido, semisólido, líquido o gaseoso, que presentan características de toxicidad y/o actividad biológica que puedan afectar directa o indirectamente a los seres vivos, y causar contaminación del suelo, del agua o la atmósfera; que sean generados con motivo de la atención de pacientes (diagnóstico, tratamiento, inmunización o provisión de servicios a seres humanos o animales), así como también en la investigación y/o producción comercial de elementos biológicos.

De acuerdo al tipo de residuo producido, se realizan acciones de gestión según la necesidad de tratamiento y disposición final



Reciclado de aceites y residuos de las cocinas

Realizamos desde el área de Seguridad e Higiene un circuito para reciclar y reutilizar el aceite y otros residuos de las cocinas de las Tiendas, eficientizando los productos, y protegiendo al medio ambiente. Este programa se implementa en conjunto con la Municipalidad de cada Tienda.

5.6.2 Cambio climático

Los impactos, riesgos y oportunidades del cambio climático representan un compromiso asumido para todas las empresas del Grupo Falabella.

5.6.3 Concientización Ambiental

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. 88



Campaña Justo

El objetivo es buscar concientizar a los colaboradores sobre el uso apropiado de los recursos como la energía, el agua y el papel, y de ese modo lograr el ahorro de los mismos. Las tres etapas de JUSTO consisten en:

EMPATIZAR con la gente en su ámbito cotidiano.

Apelar a la sensibilidad a través de la **COMPLICIDAD**.

Extender esta **CONCIENCIA** a la utilidad hogareña.



Campaña Que nada se pierda

Con el objetivo de reflejar el compromiso que desde Sodimac tenemos con la sustentabilidad y el medio ambiente, lanzamos junto a Fundación Sí la campaña Que nada se pierda.



[Más información >](#)



Campaña de Reciclado de Papel

Fomentamos el ahorro de papel priorizando el formato digital para evitar impresiones o utilizando papel reciclado. Colaboramos con la Fundación Garrahan donando papel y tapitas para reciclar y así evitar la tala de árboles. En 2018 entregamos a la Fundación Garrahan 6258 Kg. de papel. En relación con esto, seguimos realizando campañas internas para reducir la impresión de papel.

6.258 Kg. de papel
donados a Fundación Garrahan

Tapitómetros Fundación Garrahan

Todas las Tiendas y Oficinas cuentan con un recolector de tapitas plásticas que promueve la motivación de clientes internos a continuar con esta acción de cuidado.

- ✓ Trabajamos en la concientización del ahorro de energía.
- ✓ Trabajamos en alianza con proveedores que se preocupen por el medio ambiente; nos encargamos de que nuestros proveedores conozcan nuestras políticas y estén alineados con ellas respecto al cuidado del medio ambiente

22,5 Kg de tapitas
9.000 tapitas

Celebración Día de la Madre Tierra



Campaña Mi Lugar, Tu Lugar



Día Mundial del Agua





Un Reporte diseñado con impacto social

Este Reporte fue diseñado por GOTA, un estudio de comunicación profesional formado por diseñadores, publicitarios y un equipo de creativos con discapacidad intelectual.

GOTA es parte del ecosistema de La Usina, Asociación Civil sin fines de lucro, que trabaja para promover la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad.

Colaboradores de Sodimac participaron en #ExperienciaGota una jornada de sensibilización y exploración de la creatividad donde se realizaron elementos para el reporte.

Sin fines de lucro

De sus ganancias: Invierte el 60% en el desarrollo del equipo creativo, potenciando capacidades y talentos. Capitalizando el 40% restante para las acciones que La Usina ofrece a la comunidad de manera gratuita.

“Descubrimos que las personas con discapacidad intelectual desarrollan enfoques innovadores y una mirada distinta para la solución de problemas. Creamos un equipo que conjuga estos talentos que trabajando de manera integrada a profesionales de diseño, marketing y publicidad logra resultados innovadores e inevitablemente creativos”

Javier Lioy
Director General



Conocé más en somosgota.com

NO SOMOS ESPECIALES, SOMOS
Muy, muy creativos

¡Seguilos en
instagram!
[@somosgota](https://www.instagram.com/somosgota)

6. Índice de Contenido GRI

Estándar GRI	Contenido	Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global	
CONTENIDOS GENERALES					
Perfil de la Organización	102-1	Nombre de la organización			
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios			
	102-3	Ubicación de la sede			
	102-4	Ubicación de las operaciones	10		
	102-5	Propiedad y forma jurídica			
	102-6	Mercados servicios			
	102-7	Tamaño de la organización			
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	74	8	6
	102-9	Cadena de suministro			
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	110		
	102-11	Principio o enfoque de precaución	52		
	102-12	Iniciativas externas	10		
	102-13	Afiliación a asociaciones			
Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	7		
	102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales			
Ética e Integridad	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	10 52	16 10	
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	52	16 10	

Estándar GRI	Contenido	Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
Gobernanza	102-18	Estructura de la gobernanza	52	
	102-19	Delegación de la autoridad	26	
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	26 52	
	102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	52	16
Gobernanza	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités		5 16
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno		16
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	52	5 16
	102-25	Conflictos de intereses		16
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia		
	102-28	Evaluación de desempeño del máximo órgano de gobierno		
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	26 52	16
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	52	
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	26	
	102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones éticas.	52	
Participación de los Grupos de Interés	102-40	Lista de grupos de interés	26	
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	74	3
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés		
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	26	
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados		

Estándar GRI	Contenido	Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
Prácticas para la Elaboración de Informes	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	26	
			68	
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema		
	102-47	Lista de los temas materiales		
	102-48	Reexpresión de la información		
	102-49	Cambios en la elaboración de informes		
	102-50	Periodo objeto del informe	26	
	102-51	Fecha del último informe		
	102-52	Ciclo de elaboración de informes		
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe		
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI			
102-55	Índice de contenidos GRI	144		
GRI 200- ESTANDARES ECONOMICOS DESEMPEÑO ECONOMICO				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	68	
GRI 201 – Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	8	
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno		
PRACTICAS DE ADQUISICION				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	110	
GRI 204- Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	12	

Estándar GRI	Contenido	Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
ANTICORRUPCIÓN				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 205 – Anticorrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		16
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	52	16
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		16
COMPETENCIA DESLEAL				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	68	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 206- Competencia Desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	98	16
GRI 300-ESTANDANRES AMBIENTALES ENERGIA				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 302 – Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	133	7
	302-3	Intensidad Energética		12
				13
				7
				8

Estándar GRI	Contenido	Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
EFLUENTES Y RESIDUOS				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	133	3 12 8
	306-4	Transporte de residuos peligrosos		3 12 8
CUMPLIMIENTO AMBIENTAL				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 307– Cumplimiento Ambiental	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Compro-miso con el	16 8
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 308– Evaluación Ambiental de Proveedores	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales	Nue- tros Provee- dores	8
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Nue- tros Provee- dores	
GRI 400- ESTANDARES SOCIALES EMPLEO				

Estándar GRI	Contenido	Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI 401– Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	74	5 8 6
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		5 8 6
	401-3	Permiso parental		5 8 6
RELACION TRABAJADOR EMPRESA				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
GRI– Relación Trabajador Empresa	402-1	Plazos de avisos mínimos sobre cambios operacionales	74	8 3
403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
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	74	3 8
	FORMACION Y ENSEMANZA			
GRI 103 – Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura		
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		

Estándar GRI	Contenido		Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
GRI 404- Formación y Enseñanza	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	74	4 5 8	6
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		8	
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		5 8	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 405- Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	52	5	6
			74	8	
NO DISCRIMINACION					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 406- No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	52	5	6
			74	8 16	
TRABAJO INFATIL					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 408- Trabajo Infantil	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	74	8 16	5

Estándar GRI	Contenido		Página	N.º de Objetivo de ODS	N.º de Principio del Pacto Global
PRACTICAS EN MATERIA DE SEGURIDAD					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 410- Prácticas en Materia de Seguridad	410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas y procedimientos de derechos humanos	52	16	1
COMUNIDADES LOCALES					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 413- Comunidades Locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	120		1
EVALUACION SOCIAL DE PROVEEDORES					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 414- Evaluación Social de Proveedores	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	110		2
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 416- Salud y Seguridad de los Clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	98	16	
PRIVACIDAD DEL CLIENTE					
GRI 103 - Enfoque de Gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura			
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión			
GRI 418-	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	52 74	16	



Coordinación y contenidos
Gerencia de Gestión Humana y RSE

Asesores externos
AG Sustentable
www.agsustentable.com

Contacto:
Natalia Gabrielloni
Gerente de Gestión Humana y RSE
ngabrielloni@falabella.com.ar

Jimena Cosentino
Jefa de Responsabilidad
Social Empresaria
jpcosentino@falabella.com.ar