

Reporte de Sostenibilidad 2021





Sobre este informe

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

En este 15° Reporte de Sostenibilidad, el cual publicamos anualmente, Sodimac Chile da cuenta de su gestión económica, social y ambiental en el período desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2021 (el último reporte del año 2020 y reportes anteriores en www.sodimac.com). En esta versión se incluye a Sodimac S.A., Traineemac S.A. y Logística Internacional Limitada; se excluye la gestión de la filial Imperial S.A. en Chile y las unidades de negocio en otros países, que publican sus propios reportes de sostenibilidad, disponibles en las páginas web correspondientes.

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

El documento se elaboró conforme a la opción Esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative).

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad

E-mail: purbina@sodimac.cl





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

Sodimac S.A.

Rut: 96.792.430-k

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

www.sodimac.com

Coordinación y edición de contenidos:

Pablo Urbina M.

Marcela Erazo P.

Redacción:

Transparentia Consultores

Verificación Externa:

La consultora CC&SS Assurance de EY realizó el proceso de verificación externa de este reporte, con el objetivo de asegurar la precisión y confiabilidad de la información. Su carta de verificación se puede revisar en la página 125 del documento.

Diseño:

Espacio Vital

Fotografías:

Archivo Sodimac



Índice

05 Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

09 Sodimac y su Entorno

10 Contexto del retail

14 Marco estratégico

16 Sodimac en América Latina

18 Cadena de valor

19 Crecimiento Responsable en Chile

20 Estrategia de Sodimac

22 Compromiso con la sostenibilidad

39 Gestión de la sostenibilidad

43 Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

45 Liderazgo en Sodimac

50 Ética y derechos humanos

53 Gestión de riesgos y cumplimiento

56 Nuestros Trabajadores

58 Gestión de talento y desarrollo integral

60 Cultura, clima laboral y calidad de vida

67 Prevención y seguridad

69 Relación con sindicatos

70 Subcontratación en Sodimac

71 Nuestros Proveedores

73 Gestión sostenible de la cadena de suministro

76 Calidad y seguridad de productos

78 Innovación y desarrollo de proveedores

80 Nuestros Clientes

82 Experiencia de compra

86 Comercio y marketing responsable

87 Educación y consumo responsable

89 Compromiso con el Medioambiente

91 Cambio climático

94 Ecoeficiencia operacional

97 Cumplimiento y gestión de residuos

102 Promoviendo la sustentabilidad

105 Compromiso con la Comunidad

112 Anexos

113 Desarrollo Económico

115 Dotación Sodimac Chile

118 Inventario de Emisiones de GEI

120 Índice GRI

125 Carta de Verificación Externa

126 Cuestionario de Retroalimentación

127 Glosario

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

(102-12; 102-14)



Eduardo Mizón
Gerente General
Sodimac Chile

“La pandemia no nos desvió en el urgente objetivo de contribuir a combatir la crisis climática a través de un programa ambiental que abarca cada aspecto de nuestra operación. Ya casi completamos la colocación de paneles solares en todas las instalaciones con factibilidad técnica, y nos estamos abasteciendo con energías limpias en alrededor de un 90%”.

Compartimos con ustedes el 15° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta de nuestros esfuerzos en materia económica, social y ambiental en este segundo año de pandemia, conforme a los compromisos que hemos asumido con las distintas partes interesadas en el marco de nuestra política de sostenibilidad.

La crisis sanitaria agudizó muchos desafíos que enfrentamos como país y a nivel global, con una crisis climática que no da tregua e impacta en especial a los más vulnerables. La pobreza en Chile siguió aumentando, tenemos más de 81 mil familias viviendo en campamentos, con un alza de 73% en sólo dos años y más de 600 mil hogares -un 10% del país- que no tienen acceso a una vivienda digna, y viven hacinadas o como allegados, según el catastro de Techo y Fundación Vivienda.

En ese contexto, estamos trabajando de manera colaborativa con una serie de organizaciones para aportar en la solución de las problemáticas urgentes que nos afectan. Buscamos ser un actor positivo que genere valor no solo para los accionistas, sino para la sociedad en general y

el medioambiente en el que vivimos, a través de medidas concretas que están cambiando nuestra manera de operar y que integran la sostenibilidad a cada una de nuestras decisiones.

La prioridad en 2021 fue cuidar a trabajadores, clientes, proveedores y comunidades, para lo cual recogimos lo aprendido el año anterior. Fortalecimos las medidas preventivas y estrictos protocolos de operación bajo el concepto “Tienda Sana”, obteniendo el sello COVID-19 de la ACHS en todas nuestras instalaciones a lo largo de Chile (tiendas, cadena de abastecimiento y oficina central).

La revalorización del hogar como espacio de refugio y multifuncional llevó a crecimientos históricos en la demanda por productos y servicios en un año que se mantuvo muy desafiante en materia de abastecimiento. Todos los eslabones de la cadena logística siguieron complicados a nivel mundial, y debimos realizar los mayores esfuerzos para mantener las tiendas abastecidas y que las familias, maestros y empresas contaran con

los productos y servicios que requerían. Trabajamos arduamente con los proveedores para responder al aumento de la demanda y como alternativa también buscamos nuevos proveedores en Chile y el mundo.

Los precios fueron un tema de preocupación en 2021, ya que parte importante de los productos y las materias primas para la construcción son importadas. En el mundo, los proveedores han tenido alzas muy relevantes en los costos de elaboración debido a condiciones restrictivas por la pandemia y además los precios han subido por el fuerte incremento en la demanda. A esto se suma el mayor valor de los fletes marítimos y aéreos hacia el país, además de un precio más alto y dificultades propias del transporte terrestre en Chile. Lo anterior, ha afectado especialmente a materias primas como el acero, zinc y PVC, entre otras, las que han tenido importantes aumentos de precios en el mundo y en Chile. Adicionalmente, a nivel local hay una menor producción de madera tras los incendios del 2017 y una muy alta demanda internacional que hace atractivo para los proveedores exportarla directamente, lo que afecta los precios en el mercado nacional. En este



escenario de crisis, buscamos mantener los precios más bajos posibles. Sólo aumentamos los valores en la medida en que nuestros proveedores realicen ajustes de precios, alzas de costos o que las condiciones de mercado así lo exijan y, cuando esto ocurre, traspasamos ese mayor costo de forma gradual para afectar lo menos posible a nuestros clientes e, incluso muchas veces, absorbemos parte de esas alzas. Nuestros márgenes promedio se han mantenido y tenemos una política de “Precios Bajos Garantizados” que asegura que, si un cliente encuentra un mismo producto en otro lugar a un precio menor, le igualamos el valor y además le hacemos un 20% de descuento.

En la medida que avanzó la vacunación y en Chile disminuían las limitaciones a la movilidad, los clientes retomaron con fuerza las compras presenciales, pero se mantuvo el dinamismo del comercio electrónico. Con clientes que exigen menores tiempos de despacho, mayores niveles de cumplimiento y de servicio, nos concentramos en entregarles una experiencia omnicanal fluida y consistente, lo que llevó a acelerar el desarrollo de nuevas capacidades. En respuesta a la necesidad de los clientes de mejores tiempos de entrega, trabajamos en ampliar capacidades en las fuentes de abastecimiento de inventario y mejorar los cumplimientos. Actualmente más del 60% de los despachos se realiza en menos de 48 horas e implementamos servicios exprés de despacho desde las tiendas y entregas en el mismo día.

En paralelo, buscamos soluciones para compensar a aquellos clientes de comercio electrónico con los que no habíamos cumplido en tiempo y forma en el periodo de mayor confinamiento en la pandemia. Trabajamos arduamente desde mayo de 2021 junto al Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) para buscar la mejor solución en beneficio de todos los involucrados, lo que se reflejó en una propuesta compensatoria que fue aprobada en diciembre tras una consulta ciudadana. Este acuerdo se dio en el marco de un Procedimiento Voluntario Colectivo, en el que buscamos siempre colaborar y hacernos cargo responsablemente.

El plan de inversiones anual ascendió a \$44 mil millones. Además de las inversiones en logística, sistemas y en innovaciones para entregar un buen servicio y seguir mejorando la experiencia omnicanal, seguimos invirtiendo en tiendas físicas para acercarnos a las personas. Avanzamos en la construcción de tiendas en Vallenar, Maitencillo, Temuco y Puerto Montt, y remodelamos o actualizamos la propuesta en Arica, Cerrillos y Valdivia.

El proceso de vacunación permitió retomar progresivamente la presencialidad en labores que habían migrado al teletrabajo en 2020. La pandemia redefinió drásticamente la manera en que las personas trabajan y para adaptarnos decidimos acelerar nuestro Programa de Flexibilidad Laboral. Los equipos de la oficina central tienen ahora



un sistema mixto entre teletrabajo y lo presencial que contribuye a su calidad de vida. Rediseñamos la oficina central en Renca para promover un ambiente más horizontal, flexible y colaborativo. Comenzamos a implementar estos espacios de cowork en algunas tiendas, para que los equipos puedan conectarse desde ahí, lo que facilita la coordinación en terreno y reduce los tiempos de traslados.

Mantuvimos el esfuerzo de formación interna, con más de 370 mil horas de capacitación en el año. Para ello se reconvirtieron cursos a versiones e-learning y se lanzó una App que permitió entregar contenidos a los trabajadores de forma más ágil e innovadora.

Continuamos trabajando también en el propósito de fomentar la inclusión, prevenir cualquier tipo de discriminación y gestionar la diversidad al interior de la compañía. Firmamos el compromiso #CEOporLaInclusión, iniciativa convocada por Acción Empresas, junto a Fundación ConTrabajo y la Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de SOFOFA, con el propósito de acelerar la participación laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de empresas inclusivas. También participamos en el Ciclo de Mentorías LGTB+ Pride Connection Chile y lanzamos un programa de mentoría para mujeres con foco en equidad de género.

Valoramos el aporte de nuestras organizaciones sindicales y mantuvimos un diálogo permanente con ellas. El 75% de nuestros trabajadores están sindicalizados y en el año desarrollamos seis negociaciones colectivas que abarcaron más del 45% de la dotación.

Los distintos avances nos permitieron situarnos en el lugar número 12 entre los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile 2020”, según Great Place to Work (GPTW) y en la cuarta ubicación en el caso de los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres”.

Seguimos acompañando a las familias con tutoriales para realizar proyectos, mejorar su hogar y cuidar el medioambiente, utilizando el canal de YouTube y Lives del Hágallo Usted Mismo. En el año, también nos sumamos a TikTok, para acercarnos a segmentos más jóvenes.

La comunidad Círculo de Especialistas Sodimac (CES) superó los 600 mil socios. Desarrollamos nuevos canales de contacto como WhatsApp PRO, para poder atenderlos mejor y el canal de YouTube dedicado al especialista de la construcción continuó fortaleciéndose, con más de 67 mil suscritos interesados en capacitarse con este tipo de proyectos. La Gran Feria online fue uno de los hitos de capacitación del año, que convocó sobre 290 mil especialistas de la construcción, en más de 100 cursos.

Tan pronto las condiciones sanitarias lo permitieron, en 2021 retomamos el programa de voluntariado “Construyendo Sueños de Hogar”, que hace posible cumplir los sueños de organizaciones comunitarias con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno. En el año se benefició a más de 90 mil personas a través de 49 proyectos, y pudimos ayudar también a 48 trabajadores de Sodimac con proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida.

Trabajamos estrechamente con organizaciones sociales aliadas para apoyar requerimientos y entregar asistencia a la comunidad. Junto a Movidos x Chile fuimos en ayuda de comunidades afectadas por incendios y otras catástrofes.

En alianza con TECHO-Chile entregamos dos proyectos habitacionales en las comunas de La Cruz y Copiapó, con departamentos diseñados y construidos con las mismas familias. Esto favoreció a más de 180 grupos familiares. Además, aportamos con materiales para habilitar y mejorar distintos lugares para el encuentro entre los vecinos.

Como parte de la alianza con Junto al Barrio, y en conjunto con la comunidad y municipalidad de Renca, iniciamos un proyecto de mejora de la Plaza Angol que beneficiará a 8.200 personas. En conjunto con la organización Cultiva también trabajamos para habilitar un huerto comunitario

en esa comuna y desarrollamos cápsulas en el canal “Hágalo Usted Mismo” para que otras comunidades pudieran también construirlos.

Seguimos fortaleciendo el gobierno corporativo. Nuestra empresa cuenta con un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar eventuales situaciones que puedan afectar a nuestros públicos de interés, y en 2021 potenciamos los esfuerzos en formación interna,



entre los que destacan los programas “Mi Cliente” y “Datos Personales”, en materia de derechos de los consumidores y protección de los datos personales, respectivamente.

La pandemia no nos desvió en el urgente objetivo de contribuir a combatir la crisis climática a través de un programa ambiental que abarca cada aspecto de nuestra operación. Ya casi completamos la colocación de paneles solares en todas las instalaciones con factibilidad técnica, y nos estamos abasteciendo con energías limpias en alrededor de un 90%. Seguimos avanzando en nuestra meta de generar cero residuos, nuestra Red Nacional de Puntos Limpios recibió más de 170 mil visitantes en 2021 y permitió recuperar sobre 1,9 millones de kilos de material. Durante el año sumamos cerca de mil productos y servicios sostenibles, con lo que ya estamos ofreciendo cerca de 4.700 alternativas para aportar al cuidado del planeta y contribuir a un desarrollo sostenible. Continuamos trabajando con proveedores para reducir el tamaño de empaques y modificar su materialidad y la de los embalajes para que puedan ser reciclados. El 85% de los empaques de nuestras marcas propias son ya reciclables.

En el año avanzamos decididamente en electromovilidad, con la incorporación de vehículos eléctricos para despachos de última milla y abastecimiento de tiendas, y el inicio de la instalación de puntos de carga en tiendas, centros de distribución y oficina central en un plan para habilitar

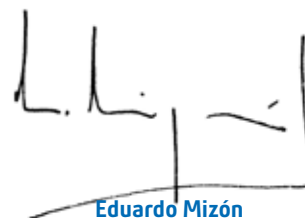
30 al 2023. Además, lanzamos un servicio de instalación de cargadores en hogares.

Entendiendo que para profundizar esfuerzos con miras a tener una operación más sustentable debemos sumar capacidades, lanzamos nuestra segunda convocatoria de innovación abierta, para que el ecosistema de startups nos ayude a crear soluciones en torno a la economía circular en productos y servicios, y para la operación. Este trabajo sistemático fue reconocido por el programa HuellaChile del Ministerio de Medio Ambiente, que nos entregó el sello de Excelencia por tercer año consecutivo. Fuimos la única empresa del retail en obtener esa distinción de este programa que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los gases de efecto invernadero. Nuestra huella de carbono ha disminuido en 25% en los últimos tres años. Por segundo año, logramos también la certificación del programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), por los esfuerzos por sumar a transportistas comprometidos con la eficiencia energética y baja de emisiones.

Aprovecho esta carta para reiterar nuestro firme compromiso con los principios rectores de Derechos Humanos y del Pacto Global de las Naciones Unidas, las directrices OCDE para empresas multinacionales, los protocolos del Global Reporting Initiative (GRI), así como los compromisos asumidos voluntariamente como

parte de los ODS. Quedamos atentos y agradecemos cualquier observación o sugerencia que nos puedan dar para mejorar, disminuir nuestras brechas y aprender de otras experiencias.

No puedo terminar este mensaje sin agradecer a cada una de las personas que trabajan en Sodimac por su enorme compromiso que nos permitió enfrentar múltiples desafíos en un año complejo, que requirió ser muy flexibles para adaptarnos a un escenario cambiante que desafió al máximo nuestras capacidades. Con su esfuerzo pudimos abastecer a miles de familias, especialistas de la construcción y empresas, y ayudar a hacer realidad sus sueños y proyectos de hogar. Todo indica que en los próximos meses tendremos nuevas variantes del Covid-19, seguiremos enfrentando esta crisis sanitaria con responsabilidad, cuidándonos entre todos y buscando también aportar decididamente al desarrollo sustentable y a la reactivación del país.



Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile

Sodimac y **su entorno**



Contexto del retail

(102-15)

La pandemia siguió acelerando las profundas transformaciones en el retail, el crecimiento exponencial del comercio electrónico y la valoración del hogar como espacio de refugio y multifuncional.

En un año con menores restricciones a la movilidad en Chile, se vio la irrupción de un consumidor mixto que alterna compras online y en tiendas físicas indistintamente, y que se preocupa no solo del precio de los productos y servicios, sino que cada vez valora más la sostenibilidad.



Hiperaceleración digital y cambio en los patrones de consumo

La pandemia significó una aceleración de los canales digitales que se calcula en alrededor de cinco años. Se generaron cambios en los patrones de consumo y un crecimiento exponencial en las ventas por internet, obligados por las cuarentenas y restricciones de desplazamiento, así como por el deseo de reducir el riesgo de contagios.

En la medida que avanzó la vacunación y en Chile disminuían las limitaciones a la movilidad, los clientes retomaron con fuerza las compras presenciales, pero se mantuvo el dinamismo del comercio

electrónico, mostrando la irrupción de un consumidor mixto que alterna las compras online y en tiendas físicas indistintamente.

Con más consumidores que valoran las experiencias digitales, se pone foco en la calidad de estas experiencias y se busca que sean similares a las que ofrecen las tiendas físicas. La tendencia es a exigir menores tiempos de despacho, mayores niveles de cumplimiento y de servicio, y una experiencia omnicanal fluida y consistente, lo que llevó a acelerar el desarrollo de nuevas capacidades en las empresas.

Revalorización del hogar

La casa tomó un rol protagónico por la emergencia sanitaria, convirtiéndose en un lugar de refugio y un espacio multifuncional de trabajo, estudio y entretenimiento, tendencia que se mantendrá según distintos estudios de clientes. El teletrabajo o en modalidad híbrida llegó para quedarse en aquellas funciones donde es posible, las familias pasan muchas más horas en el hogar y requieren adecuar los espacios a sus nuevas dinámicas y necesidades.



Marcas con propósito y Planeta Primero

Los clientes esperan que las empresas vayan mucho más allá de su rol económico tradicional, se comprometan con aquellas causas que movilizan a las personas y ayuden a cambiar positivamente el mundo, aportando en la solución de problemáticas que afectan al país y el planeta.

Según diversos estudios, entre ellos EY Future Consumer Index 2021, el cambio climático ha acelerado el interés por el cuidado del medioambiente. Un creciente número de clientes está dispuesto a cambiar su forma de vida y los productos que compra, y ha incorporado la sostenibilidad como uno de sus principales criterios de compra.

Pero en países en desarrollo como Chile, el precio sigue siendo uno de los factores más relevantes en la decisión de compra. La incertidumbre económica y la creciente inflación desafía a las empresas a ofrecer productos sostenibles a un valor asequible.

En respuesta a estos cambios, Sodimac se ha enfocado en profundizar la integración de la sostenibilidad en su estrategia e innovar, desarrollando nuevas capacidades, especialmente digitales, para impactar positivamente la experiencia de los clientes.

La pandemia ha dado la oportunidad de acelerar procesos con miras a digitalizar cada vez más la oferta de productos y servicios, integrar tiendas y capacidades en línea, mejorar procesos logísticos y fortalecer la interacción con los consumidores.

La empresa está trabajando en una serie de ámbitos que incluyen toma de decisiones basadas en el viaje de compra del cliente; desarrollo de una cultura ágil; ampliación de capacidades tecnológicas; automatización e incorporación de inteligencia artificial en procesos y decisiones; inteligencia de negocios y toma de decisiones basadas en datos. En paralelo ha seguido incorporando a su oferta comercial más productos y servicios sustentables, y avanza decididamente para tener un impacto positivo en el planeta y generar valor para su entorno y la sociedad.



Medidas en escenario de pandemia

(102-10; 413-1)

Durante el año, Sodimac desarrolló una serie de acciones en respuesta a las necesidades de distintos stakeholders:

- La prioridad siguió siendo mantener la operación cuidando la salud de trabajadores, clientes y proveedores, para proveer a los clientes artículos de primera necesidad y de consumo general.
- Se mantuvieron las medidas preventivas y estrictos protocolos de operación bajo el concepto "Tienda Sana", que no solo cumplen

con los requerimientos de la autoridad, sino que contemplan acciones de resguardo adicionales en la operación de tiendas, priorizando a la vez el comercio electrónico con un protocolo de entrega sin contacto.

- Se buscó identificar riesgos asociados a la pandemia, su efecto en los equipos de trabajo, en la labor de las tiendas, centros de distribución y en la relación de Sodimac con sus clientes. Se desarrollaron labores preventivas en todos los estamentos de la compañía.

- Se privilegió el teletrabajo o trabajo híbrido en aquellas funciones donde es posible, manteniendo horarios reducidos en las tiendas para adecuar los turnos.
- Se mantuvo el esfuerzo de formación interna, reconvirtiendo cursos a versiones e-learning. Se lanzó una App que permitió entregar contenidos a los trabajadores de forma más ágil e innovadora.
- En respuesta a la necesidad de los clientes de mejores tiempos de entrega, se trabajó en ampliar capacidades en las fuentes de abastecimiento de inventario y mejorar los cumplimientos. Actualmente más del 60% de los despachos se realiza en menos de 48 horas y se implementaron servicios exprés de despacho desde las tiendas y same day delivery.
- Se siguió avanzando en las nuevas modalidades de retiro, con mejores espacios de click & collect y habilitando más tiendas con el servicio de click al auto, para que los clientes puedan recoger productos sin necesidad de interactuar con el personal. Como complemento a las capacidades propias y para dar más alternativas a los clientes, se sumaron nuevos puntos click & collect en instalaciones de otras empresas del grupo Falabella.
- Fue un año desafiante en materia de abastecimiento. Todos los eslabones de la cadena logística siguieron

estresados a nivel mundial y el proceso de normalización ha sido paulatino. En ese contexto, Sodimac realizó los mayores esfuerzos para que los clientes contaran con los productos que requerían. Se trabajó arduamente con los proveedores de productos y servicios para responder al aumento de la demanda y como alternativa también se buscaron nuevos proveedores en Chile y el mundo.

- Se siguieron potenciando servicios digitales innovadores que contribuyen a mejorar la experiencia de compra de los clientes desde sus hogares, tales como el servicios de asesoría Venta Online Asistida (VOA) y Asesoría en Decoración Online (ADO), usando tecnología de videollamadas.
- Sodimac siguió acompañando a sus audiencias con tutoriales para realizar proyectos, mejorar su hogar y cuidar el medioambiente, utilizando el canal de YouTube y Lives del Hágalo Usted Mismo. En el año, la marca también se sumó a TikTok, para acercarse a segmentos más jóvenes.
- La Gran Feria online fue uno de los hitos de capacitación del año, que convocó sobre 290 mil especialistas de la construcción, en más de 100 cursos.
- La comunidad Círculo de Especialistas Sodimac (CES) superó los 600 mil socios. Se desarrollaron nuevos canales de contacto con el segmento de



clientes profesionales como WhatsApp PRO, para poder atenderlos en tiempo y forma. Se otorgaron 3.330 becas para maestros y se realizaron 343 cursos online y 7 cursos semipresenciales con INACAP.

- El canal de YouTube dedicado al especialista de la construcción continuó fortaleciéndose, con más de 67 mil suscritos interesados en capacitarse con este tipo de proyectos.
- La Red Nacional de Puntos Limpios siguió operando con un protocolo especial.
- Se mantuvo el flujo de declaraciones en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), iniciativa del Ministerio de Medio Ambiente para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información de emisiones, residuos y transferencias de contaminantes de las organizaciones.
- Sodimac se coordinó con las organizaciones sociales con las que se tiene alianza para apoyar requerimientos y entregar ayuda a la comunidad.
- Se retomó el programa de voluntariado "Construyendo Sueños de Hogar", que permite cumplir los sueños de organizaciones comunitarias

con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno. En 2021 se benefició a más de 90 mil personas a través de 49 proyectos. El programa ayuda también a los trabajadores de Sodimac que tienen proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida.

- La alianza con TECHO-Chile permitió entregar dos proyectos habitacionales en las comunas de La Cruz y Copiapó consistentes en departamentos diseñados y construidos con las mismas familias. Esto favoreció a más de 180 grupos familiares. Además, se aportó con materiales para habilitar y mejorar distintos lugares para el encuentro entre los vecinos.
- Como parte de la alianza con Junto al Barrio, y en conjunto con la comunidad y municipalidad de Renca, se inició un proyecto de mejora de la Plaza Lo Negrete que beneficiará a 8.200 personas de la comuna.
- En conjunto con la organización Cultiva se trabajó para habilitar un huerto comunitario en Renca. También, se desarrollaron cápsulas con Cultiva en el canal "Hágalo Usted Mismo" para que otras comunidades pudieran también construirlos.



Marco Estratégico

(102-16)

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

Propósito

Al tradicional propósito de Sodimac: “Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”, en 2021 se incorporó un propósito común para todas las unidades de negocio de Falabella: “Simplificar y disfrutar más la vida”.

Misión

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

Visión

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



Nuestros valores y cómo se viven



Respeto

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

Excelencia

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

Integridad

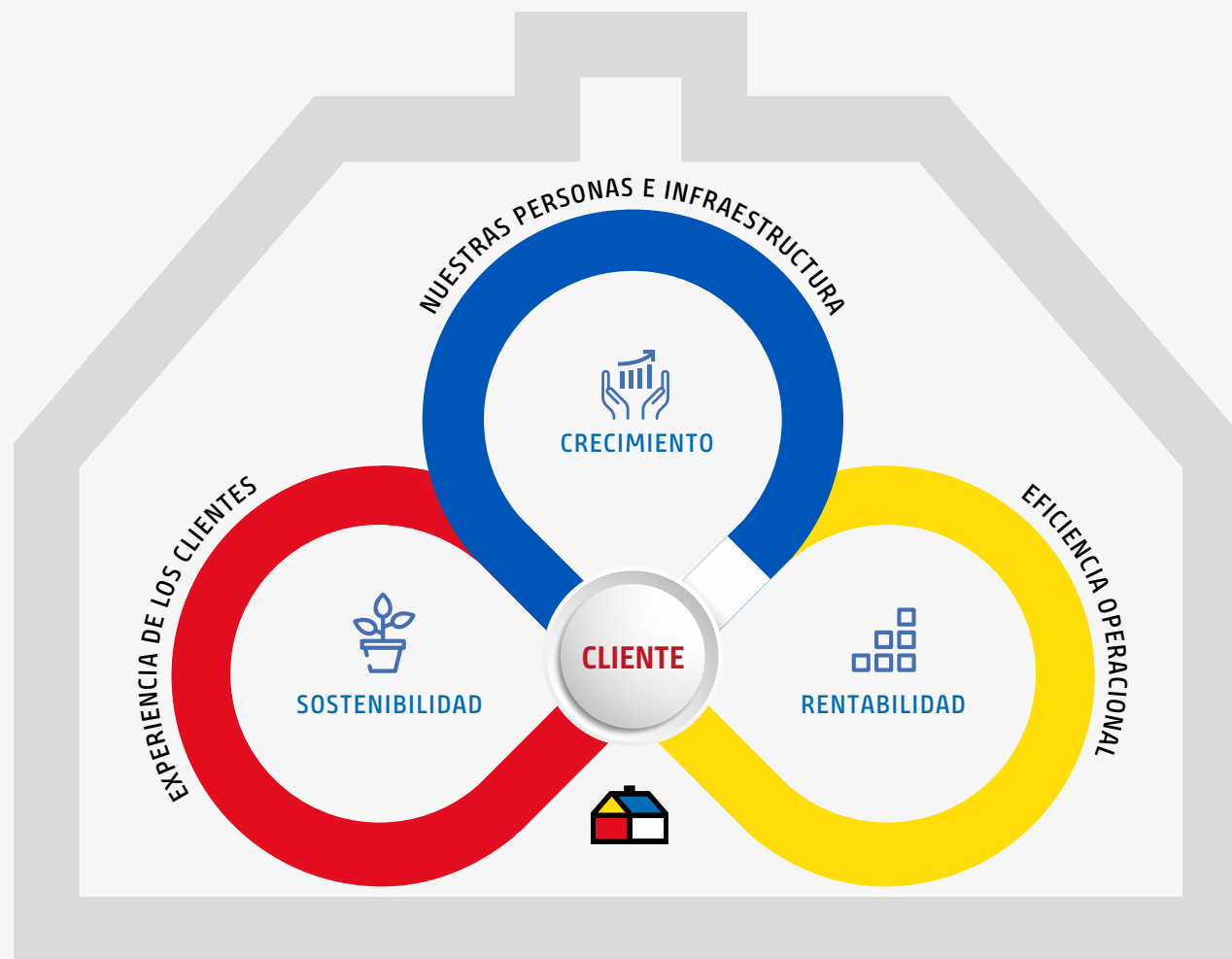
Somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que decimos y hacemos.

Responsabilidad

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



Focos estratégicos



EXPERIMENTACIÓN Y VELOCIDAD

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

COLABORACIÓN

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

CLIENTE AL CENTRO

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

MENTALIDAD DE CAMBIO

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

Sodimac en América Latina

(102-4; 102-5)



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

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

Colombia	2019	2020	2021
Tiendas	40	40	40
Trabajadores	9.039	9.121	8.489
Superficie de venta (m²)	386.256	386.256	385.990

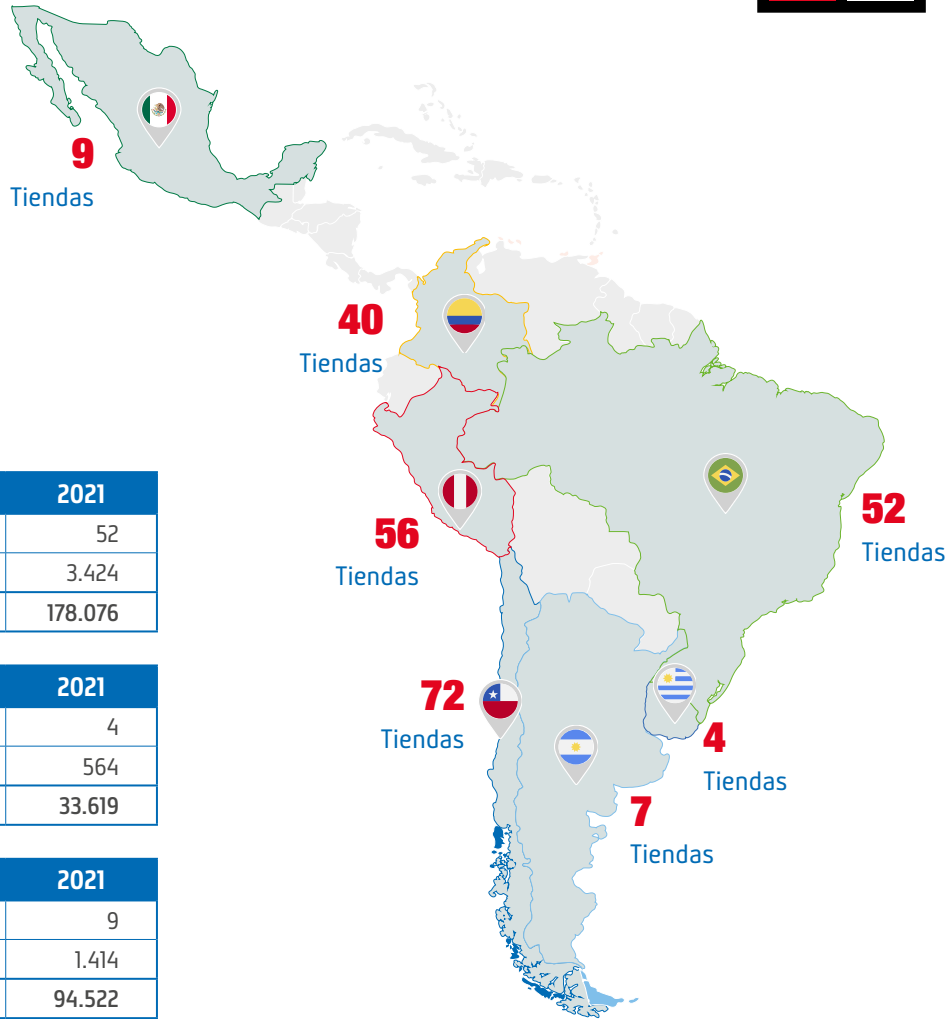
Perú	2019	2020	2021
Tiendas	55	56	56
Trabajadores	9.891	9.738	9.413
Superficie de venta (m²)	376.264	385.217	388.151

Argentina	2019	2020	2021
Tiendas	9	8	7
Trabajadores	1.295	807	819
Superficie de venta (m²)	94.073	84.826	72.207

Brasil	2019	2020	2021
Tiendas	53	53	52
Trabajadores	3.530	3.434	3.424
Superficie de venta (m²)	172.112	174.280	178.076

Uruguay	2019	2020	2021
Tiendas	3	3	4
Trabajadores	449	830	564
Superficie de venta (m²)	24.849	24.849	33.619

México	2019	2020	2021
Tiendas	5	6	9
Trabajadores	1.132	988	1.414
Superficie de venta (m²)	57.209	65.628	94.522



Desarrollo Operativo de Sodimac Chile

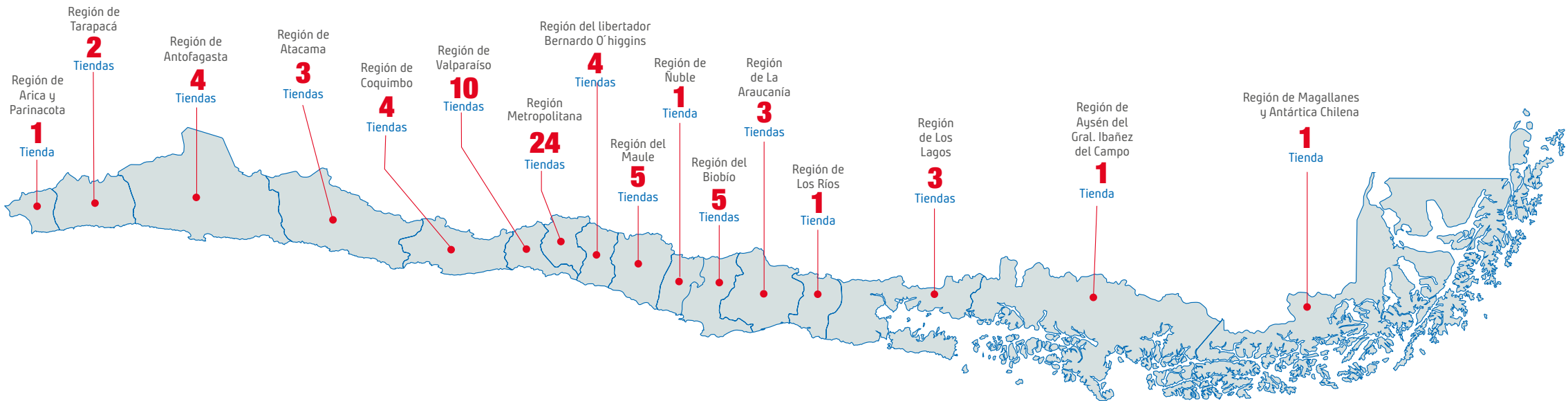
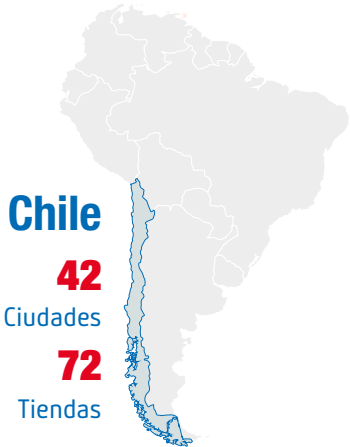
(102-4; 102-6; 102-7; 102-10)

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

	2019	2020	2021
Puntos de venta	74	72	72
Trabajadores	18.020	15.119	15.743
Superficie de venta (m²)	686.258	689.678	683.877

Nota:

- La dotación incluye las empresas: Sodimac, Sodilog y Trainemac.
- Se excluyen las cifras de la filial Imperial, que tiene 12 tiendas y una superficie de ventas de 67.876 m².
- La cifra de puntos de venta 2020 no incluye las 2 tiendas que fueron quemadas en 2019.



Cadena de valor

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

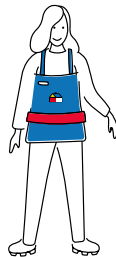
Sodimac integra la sostenibilidad en toda su cadena de valor, desde el suministro a los clientes hasta el ciclo final de vida de los productos que

comercializa. En cada capítulo de este Reporte se detallan eslabones y partes interesadas de esta cadena de valor.



Cadena de Suministro

- **5.532** proveedores de productos y servicios.
- **2.672** de los proveedores son microempresas o pymes.
- **84%** de origen nacional.
- **388** proveedores inscritos en Sedex.
- **220** evaluaciones sociales de estándares de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH., medioambiente y laboral.



Logística

- En Chile: **17** centros de distribución y bodegas.
- **739.936 m²** almacenamiento total.
- Áreas click & collect en **100% tiendas**, 46 tiendas click al auto y 74 puntos click & collect en otras instalaciones del grupo Falabella.
- **100% despachos última milla** a clientes de Sodimac Chile son carbono neutral.
- **60%** de despachos en **menos de 48 horas**.
- Huella de carbono: **90% emisiones de GEI** de Sodimac S.A. son generadas por transporte de carga y los productos comercializados. Se obtuvo el Sello Excelencia de Huella Chile (Min. Medio Ambiente) por gestión de GEI y certificación Giro Limpio (AgenciaSE), más del 50% de la carga se moviliza en camiones certificados.

Comercial

- **166 mil** productos y servicios (SKU) en tiendas y Sodimac.com. cerca de 4.700 sustentables.
- **85** tiendas (incluyendo a Imperial).
- **755.179 m²** superficie de venta (incluyendo a Imperial).
- **"Tienda Sana"**: operación en pandemia con estrictos protocolos
- Más de **51 millones** de transacciones en **2021**.
- Sodimac.com: superó los **195 millones de visitas** y más de **2 millones transacciones**.
- App Sodimac: **sobre 63 millones** de visitas.
- Mercados: Mejoramiento del hogar y especialista.
- **5** formatos
- **27** marcas propias

5 formatos:

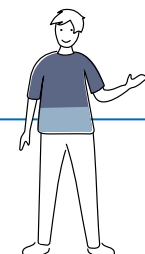
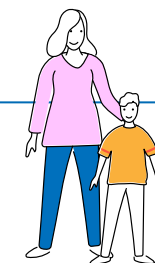
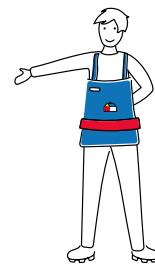


27 marcas propias:



Uso y posconsumo

- **Clientes:** Familias; maestros contratistas y pequeños especialistas; empresas constructoras medianas y grandes.
- **Más de 600 mil** socios en Chile del programa Círculo de Especialistas (CES), **20.618** maestros capacitados
- Gran Feria Online **reunió sobre 290 mil** especialistas de la construcción, con más de 100 cursos.
- Más de **2,2 millones de suscriptores** en canal YouTube tutoriales Sodimac.
- Sodimac se sumó a Tik Tok y alcanzó **más de 231 mil seguidores**.
- **NPS** en tiendas y canales de contacto mide satisfacción y experiencia de clientes.
- Reclamos representan **0,8%** del total de transacciones.
- **20** Puntos Limpios Sodimac: **1,9 millones** de kilos recuperados en 2021, visitas de la comunidad superaron **170 mil**.



Crecimiento Responsable

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

A lo largo de los años, Sodimac Chile ha desarrollado múltiples actividades con una estrategia centrada en tres pilares: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad. Si bien la contingencia sanitaria obligó a cambiar el centro de gravedad hacia iniciativas de corto plazo para enfrentar la pandemia, la compañía orienta su accionar con una mirada de largo plazo, estructurada sobre la base de una plan estratégico con metas a 2025.



Estrategia de Sodimac al 2025



Hasta el inicio de 2020, Sodimac venía ejecutando una serie de acciones dentro del marco de un Plan Estratégico Quinquenal con miras al 2023, cuyo foco apuntaba a brindar la mejor experiencia al cliente, avanzar en transformación digital y elevar la eficiencia organizacional.

Sin embargo, la volatilidad e incertidumbre provocadas por la pandemia de COVID-19 llevaron a repensar y adecuar el modelo y la compañía procedió a ejecutar acciones de corto plazo, buscando apoyar y guiar al negocio en medio de un escenario inesperado y desafiante.

La experiencia ganada por este proceso de reflexión durante este contexto llevó a la conclusión de que existía la oportunidad de refrescar la estrategia de largo plazo y, consecuentemente, en octubre de 2020 se lanzó un nuevo plan rumbo a 2025, que recoge los cambios experimentados por el negocio, y que a la vez complementa y presenta sinergias con el ecosistema corporativo.

En este marco, durante 2021 se potenció y profundizó el proceso de transformación de la empresa, sobre la base de sus tres pilares estratégicos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, soportados por el ecosistema físico-digital del holding Falabella. De esta manera, se siguieron incorporando nuevas capacidades, servicios y plataformas que impulsaron significativamente el desarrollo del comercio electrónico, fortaleciendo la oferta de valor final para los clientes. Asimismo, se continuó el desarrollo de los programas de apoyo a la comunidad y medioambiente, junto con priorizar la seguridad de clientes, trabajadores y proveedores.

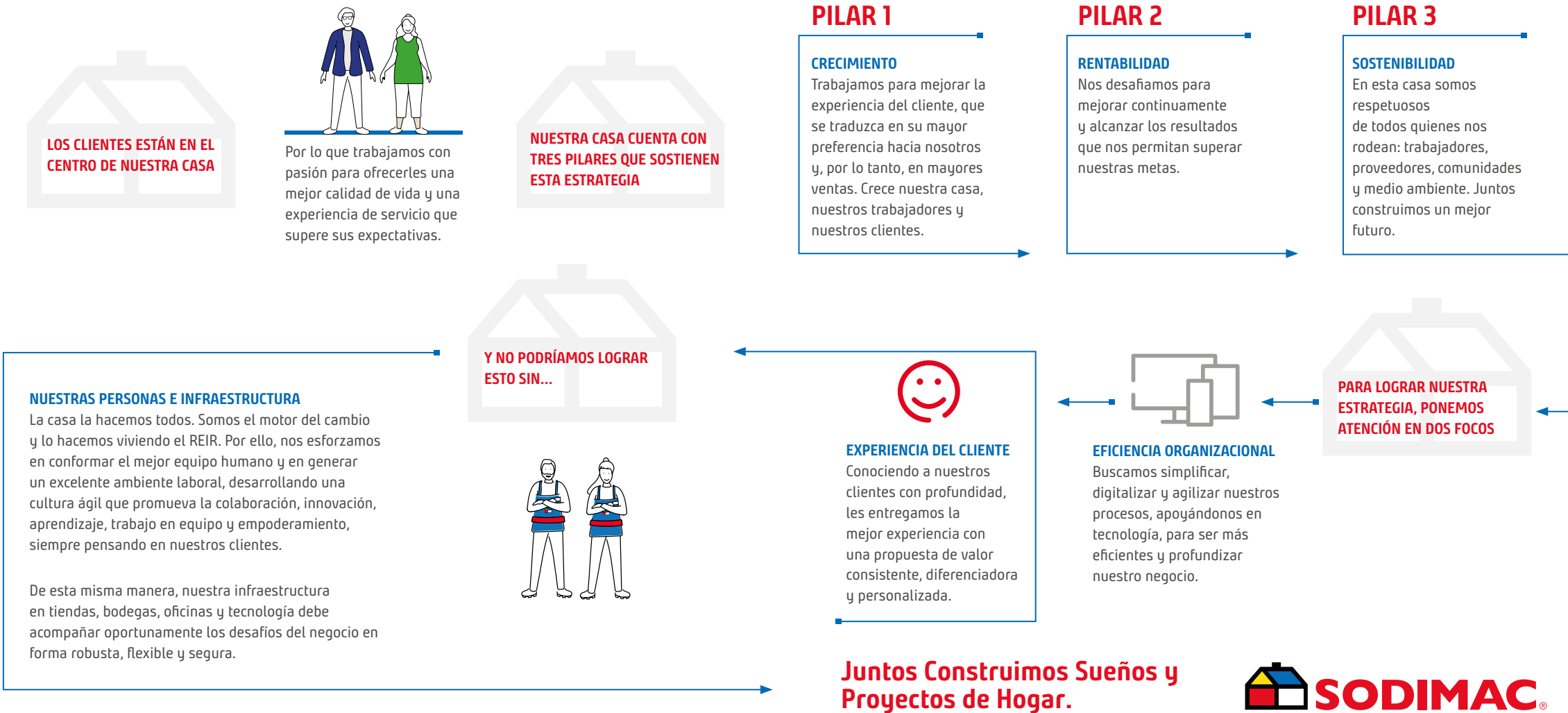
La importancia del liderazgo estratégico

A lo largo de la pandemia se ha llevado a cabo un modelo de trabajo liderado por el conjunto de gerentes de la empresa. Este equipo, de carácter multidisciplinario y proveniente de distintos niveles de la organización, sesiona de manera periódica, manteniendo canales de comunicación directos tanto a nivel del grupo como con el resto de la compañía, aplicando criterios de flexibilidad que permitieron la adopción de decisiones de manera ágil y con una asignación clara de responsabilidades.

El modelo incorporó un seguimiento exhaustivo de los acuerdos y una medición del impacto efectivo de las decisiones. Como resultado, todas las acciones impulsadas por Sodimac en el día a día de la crisis sanitaria contaron con el impulso y apoyo activo del equipo core estratégico.



Construyendo la Casa del Futuro



Compromiso con la sostenibilidad

(102-11; 103-2)

Evolución de la sostenibilidad en Sodimac

Más allá de las contingencias, la sostenibilidad es parte integral de la estrategia de crecimiento de Sodimac, para lo cual posee una estructura formal y permanente de gestión, con mediciones e indicadores que vinculan el desempeño de los líderes de la empresa con las acciones anuales ejecutadas en estas materias.

Cabe destacar, además, que la empresa es parte de Business Ambition en su meta de reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, para lo cual mide y gestiona la huella de carbono.

Bajo este marco, durante 2021 se llevaron a cabo diversas acciones vinculadas con el desarrollo sostenible.

Incorporación de energías renovables

En 2021, la empresa siguió avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Durante el año terminó de instalar paneles fotovoltaicos en todas las tiendas e instalaciones donde es factible técnicamente, completando un total de 47 en el período, entre ellos el mayor parque privado en un estacionamiento que se instaló en la oficina central ubicada en Renca. Con esto, más el acuerdo de abastecimiento con ERNC suscrito con ENEL por el grupo Falabella, ya al cierre del año el 90% del abastecimiento energético proviene de energías limpias. La meta es completar el 100% en los próximos años.



Hoja de ruta a la electromovilidad

Como parte de su compromiso con la electromovilidad, para sus despachos de última milla y abastecimiento en tiendas Sodimac incorporó vehículos eléctricos, lo que conllevó la instalación de puntos de carga en su principal centro de distribución. La meta es tener 30 puntos de carga para vehículos eléctricos al 2023 en alianza con Enel X, en centros de distribución, tiendas y oficina central, donde ya inauguró seis de ellos para trabajadores y visitantes.

En tiendas, la empresa habilitó los primeros puntos de carga en los Sodimac Homecenter La Reina y Quilín (Peñalolén), continuando luego en Las Condes, Temuco, Puerto Montt, Castro, Antofagasta, La Serena, Chicureo y Chillán, instalaciones que están disponibles para todos los clientes y la comunidad.

Además, la empresa apoya a firmas contratistas de transporte para el cambio a esta tecnología.





Certificación Giro Limpio AgenciaSE

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

Cabe señalar que la empresa participó en la Aceleradora de Electromovilidad 2020, proceso que ayudó a identificar las oportunidades que plantea la electromovilidad y canalizar esfuerzos.

Tres años de despachos carbono neutral

Desde marzo de 2019, todos los despachos por compras online de Sodimac son carbono neutral. Ello es posible gracias a la compra de bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente. El cumplimiento y trazabilidad del proceso son chequeados por la Bolsa de Clima de Santiago (SCX), que entrega una certificación CO2 Neutral. Esto ha sido especialmente relevante dado el crecimiento del comercio electrónico en pandemia.

Sello Excelencia de Huella Chile

Por tercer año consecutivo, Sodimac recibió el Sello de Excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, además de los de cuantificación y reducción de gases de efecto invernadero (GEI), lo que es un reconocimiento a las acciones para reducir el impacto de sus emisiones.

Esta es la única empresa del retail en obtener la distinción más alta de HuellaChile, programa voluntario que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones público y privadas.

Círculo de Especialistas Sodimac

A lo largo de 16 años, el Círculo de Especialistas (CES) de Sodimac se ha posicionado como un programa muy valorado por maestros y maestras, a través del cual pueden acceder a programas de capacitación junto a los proveedores, y así mejorar su trabajo y la gestión de su negocio. De hecho, durante todo este tiempo se han ofrecido más de 7.700 actividades relacionadas con el mundo de la capacitación, como visitas a fábricas, talleres, ferias regionales y becas con entidades universitarias.

En la pandemia el compromiso con los especialistas de la construcción fue más estrecho que nunca, lo que llevó a generar un formato online de cursos y talleres en diversas áreas que permitieron la continuidad del CES y que entre 2020 y 2021 fueran entregadas numerosas becas y se ofrecieran más de 500 capacitaciones.

Una de las actividades más importantes del CES es la Gran Feria de Capacitación para Especialistas que se realiza anualmente de forma abierta y gratuita, y que desde 2020 se desarrolla en formato virtual por la crisis sanitaria. En el ejercicio, la Gran Feria superó las expectativas al reunir a más de 290 mil personas y sobre 300 capacitaciones.

En 2021, los socios del CES sumaron más de 600 mil.



Construyendo Sueños de Hogar

“Construyendo Sueños de Hogar” es el programa de voluntariado más relevante de la compañía y uno de los más importantes en Chile. Esta iniciativa permite cumplir los sueños de organizaciones comunitarias con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno.

El programa ayuda también a los trabajadores de Sodimac que tienen proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida.

En 2021, la situación sanitaria permitió retomar las actividades en terreno, beneficiando a más de 90 mil personas a través de 49 proyectos desarrollados en conjunto con TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile. Este trabajo mancomunado permitió levantar viviendas definitivas o efectuar mejoramiento de entornos, además de ir en ayuda de comunidades afectadas por emergencias o catástrofes naturales.



CEOs por la Inclusión

Sodimac fue una de las 41 empresas que firmaron el compromiso #CEOporLaInclusión, iniciativa convocada por Acción Empresas, junto a Fundación ConTrabajo, Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de SOFOFA, y que tiene como propósito acelerar la participación laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de empresas inclusivas a través del compromiso de sus CEOs.

Alianzas por el bien común

Las iniciativas que Sodimac desarrolla en beneficio de la comunidad son posibles gracias a alianzas que a lo largo del tiempo se han ido consolidando con diversas organizaciones.

En 2021, el trabajo junto a TECHO-Chile significó la entrega de dos proyectos habitacionales de departamentos diseñados y construidos con los mismos beneficiados en las comunas de La Cruz y Copiapó. Esto favoreció a más de 180 grupos familiares. Además, se aportó en cada comunidad

con materiales para habilitar y mejorar distintos lugares para el encuentro entre los vecinos y, como en otros años, se celebró con estas familias su primera Navidad en una vivienda definitiva.

Por su parte, las iniciativas impulsadas con la ONG Junto al Barrio se tradujeron en el inicio de obras de mejora de la Plaza Lo Negrete, en la comuna de Renca. El proyecto beneficiará a 8.200 personas de la comuna y se lleva a cabo coordinadamente con la Municipalidad de Renca y la propia comunidad.

Con la ONG Cultiva, a su vez, se habilitó un huerto comunitario en Renca y se desarrollaron cápsulas de orientación en el canal “Hágalo Usted Mismo”, para que otras comunidades también pudieran construirlos. En tanto, con Falabella Retail más el desarrollo y respaldo de Fundación Antenna y Museo Cielo Abierto de San Miguel, se lanzó la iniciativa “Murales para Chile”, que llevará a proyectos de mejoramiento del entorno en ocho colegios de diferentes regiones entre 2021 y 2022, mediante murales realizados por destacados artistas.



Lineamientos de la sostenibilidad

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

2006 - 2009

PRIMEROS LINEAMIENTOS RS



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

Sodimac cuenta con una Política de Sostenibilidad Corporativa que identifica las partes interesadas prioritarias y define compromisos y obligaciones explícitas con sus públicos de interés. En su relacionamiento, la empresa aborda los temas más relevantes para cada grupo directamente y alinea sus esfuerzos según instrumentos internacionales de sostenibilidad.

2010 - 2014

SOSTENIBILIDAD Y EL PLAN ESTRATÉGICO



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

2015 - 2021

INTEGRACIÓN DE SOSTENIBILIDAD EN TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO



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



Compañía matriz de Sodimac en el DJSI World

La matriz de Sodimac, Falabella, es la única compañía de retail chilena en ser seleccionada para integrar el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World), que agrupa a las multinacionales abiertas en bolsa líderes en términos de sostenibilidad según criterios económicos, sociales y ambientales. En la categoría minorista, se ubicó en el quinto lugar a nivel mundial y dentro del 2% más alto, consiguiendo un puntaje máximo en el reporte social.

Falabella también es la única empresa de Chile que forma parte de cuatro indicadores Dow Jones. Al antes mencionado se suman: Emerging Markets, MILA y el índice Chile.

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



Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

(102-11; 102-12)

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

En este marco, la empresa realizó un análisis de sus propios objetivos y metas de acuerdo con la realidad de

su negocio, para así gestionar y reducir sus impactos negativos. Los ODS de la organización se vinculan con temas materiales de sostenibilidad y su gestión se expone en cada capítulo de este reporte.

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







Sodimac suma valor



La empresa ha sido destacada anualmente en “Sumando Valor”, una iniciativa conjunta de la CPC, SOFOFA, Pacto Global y ACCIÓN Empresas para fomentar la transparencia y la reportabilidad entre las organizaciones que operan en Chile.



La plataforma, que cada año expone casos de prácticas empresariales que contribuyen directamente al cumplimiento de los 17 ODS, resaltó cinco ámbitos en los cuales Sodimac ha impulsado agendas de trabajo. Dichos programas son: despachos carbono neutral, comercio inclusivo, inclusión, reinserción laboral y red nacional de puntos limpios. Más información en www.sumandovalor.cl

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de sectores vulnerables de la comunidad, como son TECHO, Junto al Barrio, Cultiva y Santiago + B. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad
	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal	Sodimac busca generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante sus programas de calidad de vida. Entre las principales acciones destacan fomentar el autocuidado, manejo del estrés, alimentación saludable, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas. En 2021 se operó con estrictos protocolos sanitarios en el marco de la pandemia, obteniendo la certificación Covid 19 de la ACHS en todas las instalaciones. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.
	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Al mismo tiempo, Sodimac cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Creado hace 16 años, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. Más información en capítulo Nuestros Clientes.
	Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas	Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2021, se firmó el compromiso CEO's por la Inclusión. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Además, la empresa se compromete a velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.
	Garantizar disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	Sodimac mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, haciendo un uso más eficiente para una gestión sobre el recurso hídrico. Además, se seguirá profundizando en la elaboración de más contenidos para los clientes sobre un consumo responsable y masificando los productos que aportan al ahorro del agua en el hogar. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	<p>Sodimac tiene un compromiso de velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.</p> <p>Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Consciente de la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y el constante mejoramiento de los estándares de seguridad. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada igual o superior al mínimo legal establecido a nivel país. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso, y no discriminatorio con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2021, se lanzó un programa de mentorías. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Al mismo tiempo, Sodimac cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Con 15 años de historia, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. Más información en capítulo Nuestros Clientes.</p> <p>Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. Más información en capítulo Nuestros Proveedores.</p>
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	<p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta, destacan sus casi 4.700 productos y servicios sustentables; la decisión de no entregar bolsas desechables en sus tiendas a inicios de 2018; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Haciendo ECO"; los catálogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; y medidas de ecoeficiencia en los hogares. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	<p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles</p>	<p>Sodimac ha consolidado su programa “Construyendo Sueños de Hogar”, iniciativa de voluntariado corporativo de gran importancia para la empresa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades donde está inserta. El programa ayuda también a los trabajadores de la empresa a mejorar sus hogares y calidad de vida.</p> <p>En 2021, se retomaron las actividades en terreno, beneficiando a más de 90 mil personas a través de 49 proyectos desarrollados en conjunto con TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.</p> <p>Cada año, Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad, como son TECHO, Junto al Barrio y Cultiva, entre otras. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.</p> <p>Sodimac forma parte de Santiago + B. A través de esta alianza, se gesta un trabajo colaborativo que busca el desarrollo e implementación de soluciones a problemas concretos que afectan a la capital de Chile, incentivando a la ciudadanía a convertirse en el principal agente para su transformación en una ciudad cada vez más próspera, sustentable, resiliente e inclusiva. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.</p>
	<p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable.</p> <p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta destacan sus casi 4.700 productos y servicios sustentables; la decisión de no entregar bolsas desechables en sus tiendas a inicios de 2018; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas “Haciendo ECO”; los catálogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y medidas de ecoeficiencia en los hogares.</p> <p>La empresa -que ingresó en 2018 a la comunidad global “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhirió al “Pacto Chileno por los Plásticos” de Fundación Chile- se propuso junto con sus proveedores duplicar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles en sus tiendas en 2019 y que el 100% de los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p>



ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	<p>En marzo de 2021 se cumplió el segundo año de operación con todos los despachos a clientes por compras online carbono neutral. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Por tercer año consecutivo, Sodimac obtuvo el sello “Excelencia” de Huella Chile, además de los sellos “Cuantificación” y “Reducción”, por su compromiso y mejora continua en materia de GEI. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas y otras instalaciones tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y el uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC), completando la instalación de paneles fotovoltaicos en 52 tiendas y otras instalaciones durante 2021. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta también destacan sus casi 4.700 productos y servicios sustentables; la decisión de no entregar bolsas desechables en sus tiendas a inicios de 2018; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas “Cuidemos La Casa De Todos”; los catálogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y medidas de ecoeficiencia en los hogares.</p> <p>La empresa -que ingresó en 2018 a la comunidad global “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhirió al “Pacto Chileno por los Plásticos” de Fundación Chile- se propuso junto con sus proveedores duplicar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles en sus tiendas en 2019 y que el 100% de los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p>
	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable.</p> <p>Además, Sodimac busca realizar su actividad cumpliendo plenamente los preceptos legales y derechos civiles y laborales de las personas. Adicionalmente, ha desarrollado un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.</p>

Nuestros trabajadores

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

Nuestros proveedores

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

Compromiso con el medioambiente

La empresa promueve activamente el cuidado del medioambiente y trabaja para disminuir y mitigar sus impactos ambientales. También incentiva el uso eficiente de los recursos naturales, hídricos y energéticos; la transparencia de su desempeño ambiental, y la economía circular en toda la operación. En este sentido, Sodimac busca ser carbono neutral al 2030 y fomenta la toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente en toda la organización y entre todos aquellos con quienes interactúa. Lo anterior, bajo el decidido compromiso institucional con la lucha contra los efectos del cambio climático.

Nuestros clientes

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

Gobierno corporativo y ética empresarial

La sostenibilidad en Sodimac empieza con un liderazgo responsable, desde el más alto nivel de la compañía, integrándose en todas las áreas y niveles de la organización. La compañía promueve un comportamiento ético, basado en el Código de Ética, Sistema de Integridad y Canales de Denuncia, fomentando el respeto de los derechos humanos y la transparencia, para así poder prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, reputación y confianza depositadas en la organización por sus partes interesadas.

Compromiso con la comunidad

La empresa busca construir una relación de confianza y abierta, basada en el diálogo y la gestión responsable de sus impactos en las comunidades donde está presente, promoviendo acciones e inversión social participativa que, desde la propia naturaleza de la organización, permita mejorar efectivamente su calidad de vida y fomenten la empleabilidad local, potenciando además la participación de los trabajadores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que se compartan intereses y objetivos comunes.



Relacionamiento con Grupos de Interés

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

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

La relación con los grupos de interés se construye sobre la base de REIR, sigla que resume cuatro valores intrínsecos a Sodimac:

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

- **Respecto**
- **Excelencia**
- **Integridad**
- **Responsabilidad**



Canales de comunicación con los grupos de interés

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

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

Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Nuestras personas	Todos quienes trabajan en Sodimac, ya sea en tiendas, centros logísticos u Oficinas de Apoyo, y nuestras organizaciones sindicales.	- Política de puertas abiertas.	(DI)	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar un buen clima laboral. - Proveer instancias de capacitación y formación integral. - Fortalecer cultura de responsabilidad y sostenibilidad, y un actuar ético. - Trabajo colaborativo con sindicatos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Trato digno y justo. - Desarrollo integral. - Respeto a los derechos humanos y laborales. - Diversidad e inclusión. - Salud y seguridad laboral.
		- Canales de comunicación interna (canal TV, intranet, Workplace).	(DI)		
		- "Caminatas" semanales.	(SE)		
		- Reuniones en tiendas y en otras instalaciones.	(DI)(TR)		
		- Escuela de Excelencia Sodimac y otros programas de formación.	(DI)		
		- Evaluación de desempeño con retroalimentación.	(AN)		
		- Consejeros y Canal de Integridad.	(DI)		
		- Diálogo sindical.	(ME)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Encuesta GPTW.			
		- LinkedIn			
Clientes	Actuales y potenciales clientes que adquieren nuestros productos y servicios.	- Tiendas físicas y online.	(DI)	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS). 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos seguros y con estándares de calidad. - Escucha permanente y entregar la mejor calidad de atención y servicio. - Marketing responsable. - Protección de seguridad y privacidad de datos personales.
		- Canales de atención de clientes.	(DI)		
		- Encuestas de satisfacción y canales contacto.	(DI)		
		- Sernac y canales de reclamos en medios tradicionales.	(DI)		
		- Redes sociales.	(DI)		
		- Programa de TV.	(SE)		
		- Catálogos.	(SE)		
		- CES para Maestros.	(DI)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		



Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Proveedores	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	- Encuentro Anual con Proveedores.	(AN)	<ul style="list-style-type: none"> - Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor. - Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Trato justo según normas de código de autorregulación TCS. - Velar por cumplimiento de normas laborales y de DD.HH., y entornos productivos sostenibles.
		- Reuniones con equipo comercial.	(DI)		
		- Líneas directas de atención, teléfono y correo electrónico.	(DI)		
		- Encuestas.	(AN)		
		- Reuniones periódicas con gerencia de control de calidad.	(SE)		
		- Centro de Innovación con Proveedores (CIP).	(DI)		
		- Programa Sedex.	(DI)		
		- Contraloría TCS para consultas, reclamos y quejas.	(DI)		
		- Feria de productos.	(ME)		
		- Line reviews.	(TR)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
Comunidades	Las comunidades que rodean nuestras tiendas y otras instalaciones.	- Diálogo directo a través de reuniones, cartas, correo electrónico y teléfono.	(DI)	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados. - Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser un buen ciudadano corporativo con vínculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de las localidades en las que estamos presentes.
		- Programa Construyendo Sueños de Hogar.	(DI)		
		- Trabajo territorial y Estudio Pulso previo a apertura de tiendas.	(TR)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias.	(DI)		
Autoridades	Autoridades que definen el contexto legal y normativo, y el desarrollo de nuestro rubro.	- Reuniones periódicas y/o esporádicas.	(DI)	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo colaborativo para abordar problemas del país. - Aportar desde la experiencia para mejorar normativas y estándares. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento normativo y ético. - Uso eficiente de los recursos y respeto al medioambiente.
		- Iniciativas multistakeholder.	(DI)		
		- Línea directa con CMF.	(DI)		
		- Línea directa con Sernac.	(DI)		
		- Trabajo con SEC en materia de certificaciones.	(ME)		
		- Informes específicos.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		



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



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



Nuestras alianzas

(102-11; 102-13)

Sodimac establece relaciones y genera alianzas con diferentes gremios y otras organizaciones. También participa en diversas mesas de trabajo donde intercambia experiencias acerca de mejores prácticas y aporta sus conocimientos buscando avanzar de manera colaborativa en políticas públicas de excelencia y en la solución de problemáticas sociales y ambientales que afecten al país. En 2021, sus aportes por membresías a las diversas organizaciones sumaron más de \$53 millones, monto concentrado mayoritariamente en asociaciones gremiales, y entidades promotoras de la sostenibilidad, relaciones laborales, medioambiente y ética empresarial.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

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

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

- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile, AMDD (www.amddchile.com)
- Círculo de Empresas de la Panamericana Norte, Cirpan (www.cirpan.cl)

Ámbito de acción: responsabilidad social y sostenibilidad

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

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

Ámbito de acción: gobierno corporativo y ética empresarial

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

- Generación Empresarial (www.generacionempresarial.cl)

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

Ámbito de acción: relaciones laborales

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

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

Ámbito de acción: medioambiente

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

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

Ámbito de acción: comunidad

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

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



Gestión de la Sostenibilidad

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

Temas Estratégicos

Sodimac cuenta con un proceso formal de materialidad con el cual se identifican los temas más importantes para la empresa y partes interesadas en todos los ámbitos de la sostenibilidad. También permite analizar los impactos positivos y negativos -reales y potenciales- del negocio a lo largo de la cadena de valor, y los riesgos y oportunidades a gestionar.

La última actualización del proceso de materialidad y política de sostenibilidad se realizó en 2020, trabajo que fue acompañado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso de Chile. Se identificaron impactos del negocio, positivos y/o negativos, que afectan a las diferentes partes interesadas para cada uno de los temas materiales, todo esto basado en el marco metodológico que recomienda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Para este proceso, se realizaron entrevistas y talleres para conocer las diferentes visiones. Se incluyeron además un benchmark de los principales retailers mundiales, los resultados de las mediciones ESG con las principales partes interesadas (trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y entidades expertas) y un análisis de información secundaria del negocio.

Temas Materiales

Temas materiales Clientes:

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

Temas materiales Trabajadores:

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

Temas materiales Gobierno Corporativo:

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

Esta labor fue homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México, asegurando que en todos los mercados se trabajen los

misimos temas y, en base a los resultados obtenidos, exista claridad sobre los tópicos a gestionar en cada operación.



Estructura Interna

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

Comité de Sostenibilidad

Es una instancia que lidera y coordina la gestión llevada a cabo por todas las áreas de Sodimac en estas materias, siendo también responsable de aprobar el Reporte de Sostenibilidad. Lo conforman:

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

Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento

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

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

- Gestiona la política de sostenibilidad, incorporando los planes WParticipa en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven la sostenibilidad.

Subgerente de Sostenibilidad

- Elabora y diseña la estrategia de sostenibilidad de Sodimac en Chile.
- Controla y coordina la implementación y gestión del plan de sostenibilidad.
- Realiza seguimiento y control de la matriz de cumplimiento en la dimensión social y medioambiental de la empresa.
- Elaborar y coordinar las relaciones institucionales para vinculación con medios de comunicación, autoridades,

gremios empresariales, entidades de la industria y organizaciones de la sociedad civil.

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

Coordinadora de Sostenibilidad

- Coordina con las distintas gerencias la entrega de información sobre la gestión económica, social y ambiental para la medición de indicadores Global Reporting Initiative (GRI).
- Participa en la selección, seguimiento a compromisos y genera reuniones periódicas con organismos internos y externos.
- Gestiona y supervisa el proyecto Sedex de Auditorías Sociales a proveedores nacionales e internacionales.
- Gestiona y supervisa el Programa Construyendo Sueños de Hogar de relacionamiento con la comunidad.
- Consolida el registro de solicitudes y supervisa el cumplimiento de procedimientos y normativas internas relativas a la política de donaciones.





Jefe de Medioambiente

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

Jefa de Cumplimiento

- Gestiona el levantamiento, confección y seguimiento de matrices de riesgo, así como también la identificación de controles y planes de acción, respecto de distintas áreas de la compañía (Libre Competencia, Derechos del Consumidor y Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, entre otros).
- Coordina y gestiona el sistema que permite a la compañía el cumplimiento de los programas y las políticas de compliance en concordancia con la legislación vigente.
- Desarrolla los elementos normativos, comunicación, ejecución y control de los programas de compliance.
- Coordina la información y gestiona la certificación del Modelo de Prevención de Delitos de la compañía.

Medición: Index de Sostenibilidad

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

Sodimac tiene muy claro que una organización debe cumplir dos requisitos básicos para integrar la sostenibilidad de forma estratégica: realizar una gestión transversal de la sostenibilidad bajo un enfoque 360, y tener conciencia de que la sostenibilidad representa una frontera móvil y que aquello que ayer fue una aspiración, hoy puede ser un piso mínimo.

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

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

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

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

En 2021, y tras una pausa el año anterior obligada por la pandemia, Sodimac retomó las mediciones del Índex de Sostenibilidad, arrojando los siguientes resultados: 80% de resultado global para Sodimac Chile. Es decir, que la empresa cuenta con un 73% de alineación a prácticas de clase mundial, inspiradas en los procedimientos indicados en los principales instrumentos internacionales sobre sostenibilidad; y un 86% de integración de los temas materiales o estratégicos de sostenibilidad en la gestión, como reflejo de la madurez con que se incorporan impactos reales y potenciales, derivados de las decisiones y actividades.



Premios y reconocimientos

En 2021, Sodimac recibió las siguientes distinciones:



Cumbre “De Esta Salimos Juntos Latinoamérica; Resiliencia y Sostenibilidad para nuestras Ciudades”	Reconocimiento a Gran FERIA CES	Asociación Chilena de Municipalidades, AMUR, Sistema B, Stgo+B, entre otras entidades
Ranking GPTW	12º lugar en Mejores Empresas para Trabajar en Chile, 4º lugar Mejores Empresas para Trabajar para Mujeres en Chile	GPTW
Best Buddies Chile	Premio Empresa Inclusiva	Fundación Best Buddies Chile
Most Innovative Companies	1º lugar en ranking Mejores Empresas para Innovar (categoría Mejoramiento del Hogar)	ESE Business School, El Mercurio y MIC Innovation
Sello COVID-19	Reconocimiento a la gestión preventiva de la empresa en pandemia	ACHS
Chile 3D, marcas y estilo de vida	1º lugar Mejoramiento del Hogar	La Tercera / GfK
Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2021	Marca n°1 asociada al voluntariado	Fundación Trascender y Critería
Ranking ICREO 2021	2º lugar (después de Bomberos)	Almabrand
Ranking Reputación Corporativa	1º lugar retail, 11º en ranking general	INC Consultores e Ipsos
Merco Empresas Reputación Corporativa	1º lugar retail mejoramiento del hogar, 13º en ranking general	Merco - El Mercurio
Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo	1º lugar sector retail, 7º lugar en ranking general	Merco - El Mercurio
Marcas Ciudadanas 2021	1º lugar retail mejoramiento del hogar	Cadem
Reconocimiento Huella Chile 2021	3 sellos Cuantificación, Reducción y Excelencia (único retail)	Ministerio de Medio Ambiente



Gobierno Corporativo y **Ética Empresarial**



Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Sodimac cuenta con un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. Su objetivo es cumplir a cabalidad los preceptos legales y los derechos civiles y laborales de las personas.



Temas estratégicos

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

Hitos 2021

- Sodimac obtuvo el 1er lugar sector retail en el ranking Merco “Responsabilidad y Gobierno Corporativo”, y 7º a nivel general.
- Se incorporaron nuevos temas a la matriz de riesgo.
- Como parte de los esfuerzos en formación, se realizaron los programas “Mi Cliente” y “Datos Personales”, en materia de derechos de los consumidores y protección de los datos personales, respectivamente. Además, se dictaron cursos de libre competencia obligatorios para todos los colaboradores que participan en asociaciones gremiales y se hicieron capacitaciones sobre medioambiente y derechos humanos a los cargos expuestos.
- Aumentaron la cantidad y procesos auditados, incorporando mayores indicadores de auditoría continua y se creó un nuevo sistema, Audistock, para una alerta más temprana respecto del control diario de los inventarios.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Liderazgo en Sodimac

Directorio

(102-12; 102-18; 102-19; 102-20; 102-22; 102-24; 102-26; 102-28; 102-31; 405-1)

El gobierno corporativo de Sodimac se estructura a partir de un directorio de nueve miembros (3 mujeres y 6 hombres), sin suplentes, elegidos en Junta de Accionistas y propuestos por el grupo controlador. Por política interna, ningún director desempeña cargos administrativos en la compañía. Su nombramiento se comunica a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), tras lo cual, conforme a protocolos establecidos por la empresa matriz y sus filiales, se someten a un proceso de evaluaciones de desempeño, capacitaciones anuales e inducción para los nuevos integrantes que incluye la política de sostenibilidad de la compañía.

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

- > Principios Sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT.
- > Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.

- > Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.
- > Principios del Global Reporting Initiative (GRI).
- > Compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- > Norma ISO 26000.
- > Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales

El Comité de Directores, conformado por tres integrantes de la mesa directiva, es una parte importante del gobierno corporativo de Sodimac. En 2021 dicho rol recayó en Nicolás Majluf Sapag, Jaime García Rioseco y Gonzalo Rojas Vildósola.

Durante el año, el comité revisó materias propias de su competencia, entre ellas, el examen de operaciones con partes relacionadas conforme al título XVI de la Ley 18.046 y la política de habitualidad de la compañía. También analizó y aprobó el plan anual de auditoría interna, y efectuó reuniones trimestrales para revisar avances, riesgos detectados en auditorías y los planes de acción establecidos por la alta administración para mitigar dichos riesgos.

Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 20 de abril de 2021 se aprobó que los integrantes del Directorio perciban una dieta líquida mensual de UF 50, monto que asciende a UF 300 líquidas en el caso del presidente. Esta asignación se informa en la memoria financiera de la empresa, cumpliendo la normativa dictada por la CMF.

Encuentro de líderes

A fines de septiembre, se llevó a cabo un encuentro de líderes de la compañía de carácter extendido y online. En la instancia, que congregó a más de 300 personas liderados por el gerente general y el Comité Ejecutivo, se realizaron presentaciones acerca de la marcha actual del negocio y proyecciones respecto de su desempeño futuro, todo ello, en el marco de los lineamientos estratégicos previamente definidos por la empresa.

Director a cargo de la Política de Sostenibilidad

El señor Nicolás Majluf, en su calidad de presidente del Comité de Directores, mantuvo la responsabilidad de supervigilar el desarrollo de la Política de Sostenibilidad de Sodimac, revisando y validando las iniciativas adoptadas, junto con orientar y dar retroalimentación al citado comité, y por su intermedio, al directorio.

Jornadas de formación para directores

En 2021, Falabella organizó dos Encuentros de Reflexión para Directores de las distintas unidades grupo, entre ellas Sodimac. En estos se abordaron temáticas como actualización de libre competencia y de protección al consumidor; tendencias en e-commerce y tecnología, entre otras. Estos encuentros se realizaron en modalidad virtual.



Directorio

(102-22; 102-23)

De pie de izquierda a derecha:

Nicolás Majluf Sapag

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

José Luis Del Río Goudie

Ingeniero Civil Industrial. Universidad Católica de Chile
Rut: 4.773.832-6
Fecha de nombramiento: 15 de abril de 2019

Gonzalo Rojas Vildósola

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

Juan Pablo Del Río Goudie

PRESIDENTE
Arquitecto. Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento: 15 de abril de 2019

Jaime García Rioseco

Economista. Universidad Católica de Chile
Rut: 5.894.661-3
Fecha de nombramiento: 15 de abril de 2019

Sandro Solari Donaggio

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



Sentadas de izquierda a derecha:

Cecilia Karlezi Solari

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

Paola Cúneo Queirolo

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

Elizabeth Lehmann Cosoi

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



Equipo ejecutivo

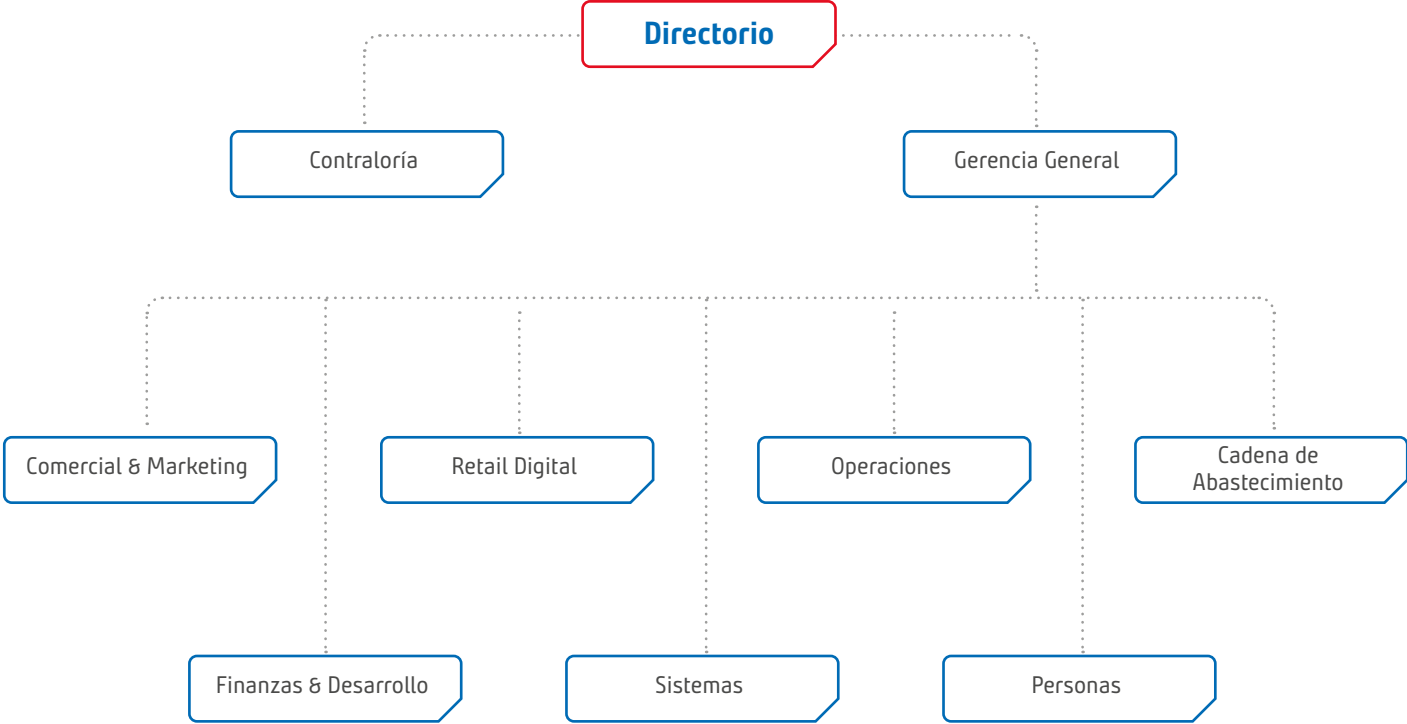
(102-19; 102-22)

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

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

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

Organigrama organizacional corporativo



Comité Ejecutivo Corporativo

(al 31 de diciembre de 2021)



Alejandro Arze Safian

Gerente General Corporativo
Mejoramiento del Hogar
Ingeniero Comercial
Rut: 12.232.048-0

Fecha nombramiento: 15 de marzo de 2020



Fernando Valenzuela del Río

Gerente Contralor Corporativo
Ingeniero Comercial
Rut: 9.571.294-0

Fecha nombramiento: 1 de marzo de 2020



Francisco Torres Larraín

Gerente Corporativo Comercial y de Marketing
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 7.006.016-7

Fecha nombramiento: 1 de agosto de 2006



Catalina Bravo Ithurbisquy

Gerenta Corporativa de Retail Digital
Ingeniera comercial
Rut: 15.367.708-5

Fecha de nombramiento: 1 de enero de 2021



Mariasol Soto Becerra

Gerenta Corporativa de Operaciones
Bachelor de Administración de Negocios
DNI: 40705743

Fecha de nombramiento: 1 de marzo de 2021



Francisco Errázuriz López

Gerente Corporativo de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Civil
Rut: 12.032.587-6

Fecha nombramiento: 1 de enero de 2012



Fabio De Petris Duarte

Gerente Corporativo de Finanzas y Desarrollo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 15.325.237-8

Fecha nombramiento: 1 de septiembre de 2018



Ershad Assefi

Gerente Corporativo de Sistemas
Ingeniero en computación y desarrollo de software
DNI: 18831392

Fecha de nombramiento: 1 de diciembre de 2021



Andrea Carvallo Montes

Gerenta Corporativa de Personas
Ingeniera comercial
RUT: 10.321.899-3

Fecha de nombramiento: 1 de marzo de 2021



Comité Ejecutivo Sodimac Chile

(al 31 de diciembre de 2021)

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



Eduardo Mizón Friedemann

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



Claudia Castro Hruska

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



Juan Carlos Corvalán Reyes

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



Lucrecia Fittipaldi

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



Cristián Andrés Huidobro Alarcón

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

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

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



Mariano Ariel Imberga

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



Ignacio Monteverde

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



Francisco Javier Pirozzi Jabat

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



Ignacio Román Moreno

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



Movilizando a los líderes

(102-35)

La política de incentivos de Sodimac busca alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos de la empresa. Para ello, contempla bonos de retribución vinculados a metas económicas y temas ambientales y sociales específicos. El cálculo de las compensaciones variables para los líderes de todas las unidades de negocio (gerentes generales y sus equipos ejecutivos) considera los resultados del Índice de Sostenibilidad, herramienta que anualmente mide la gestión realizada en las materias señaladas.

La plana gerencial de Sodimac S.A. y filiales, compuesta por los gerentes del Comité Ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios, recibió durante 2021 remuneraciones e incentivos por un monto de M\$30.868.995, cifra que en 2020 ascendió a M\$23.861.856. Por su parte, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos sumaron M\$784.500, versus M\$5.207.081 en 2020. Más información en la Memoria Financiera de la empresa (www.sodimac.cl).

Ética y derechos humanos

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

Programa de Integridad de Sodimac

Marco ético

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

Frente a un eventual impacto de sus decisiones en los derechos humanos de sus principales públicos de interés, la compañía posee los siguientes mecanismos de mitigación, prevención y remediación:

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

Programa de Integridad Corporativo

(102-16)

Sodimac posee un Programa de Integridad Corporativo que previene, identifica y aborda situaciones que puedan contravenir los valores de la empresa, cautelando fraudes, conflictos de interés y abusos de poder, entre otras conductas. También incorpora las variables contempladas por la Ley 20.393 sobre responsabilidad

penal de las personas jurídicas en caso de soborno nacional e internacional, lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y receptación.

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

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



CÓDIGO DE ÉTICA



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

ESTRUCTURA DE APOYO

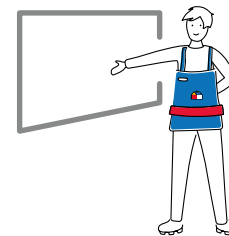
PLATAFORMA DE INTEGRIDAD
para trabajadores y proveedores



www.eticaccion.cl

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

SOCIALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN



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

Trabajadores

¿CÓMO FUNCIONA NUESTRA ESTRUCTURA DE APOYO A LA INTEGRIDAD?

PREGUNTA
O CASO DE
INTEGRIDAD

Pregunta
de
integridad

Orientación
por parte del
consejero de
Integridad

La persona
toma una
decisión
informada

Caso de
Integridad

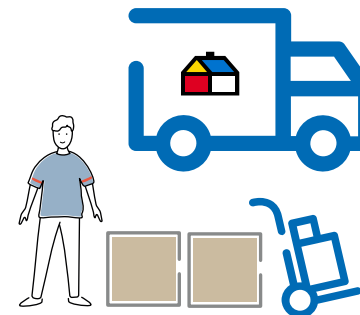
Se registra
el caso y
notifica al
Consejo
Intermedio

Se evalúa
y deriva
investigación
según
corresponda

Se hace un seguimiento
hasta el cierre del caso
manteniendo informado
al denunciante y al
Coordinador General de
Integridad.

Proveedores

TRANSPARENCIA COMERCIAL SODIMAC



Canal de Integridad (406-1)

Los trabajadores y cualquier otro grupo de interés de la empresa pueden formular denuncias o consultas sobre temas de integridad a través de un Canal de Integridad operativo las 24 horas del día, que es gestionado por una entidad externa con el fin de reforzar la imparcialidad, objetividad y confidencialidad del proceso.

En 2021, esta plataforma web recibió 453 contactos (consultas y denuncias). Los temas denunciados fueron acoso laboral, acoso sexual, comportamiento inapropiado, conflictos de intereses, infracciones a la normativa interna, regalos e invitaciones, discriminación, entre otras.

Las consultas o denuncias en el Canal de Integridad se clasifican en "éticas" y "no éticas". En el marco de las primeras, en 2021 se presentaron 253 denuncias; de ellas, 67 se encuentran cerradas arrojando el resultado de "no probados", mientras que 81 fueron acreditados. A raíz de las investigaciones realizadas por las diferentes denuncias éticas, se decidió desvincular a 9 trabajadores de la empresa. En el marco de las denuncias éticas, se presentaron 2 denuncias por discriminación, adoptándose medidas de desvinculación en los 2 casos luego de la investigación.

Nº Contactos Canal de Integridad	2019	2020	2021
Total	567	495	453

Año 2021	Cantidad	Abiertas	Cerradas	Con medidas adoptadas
Consultas	10	-	10	-
Denuncias	253	22	213	81
Total	263			

Fuente: Sodimac.



La empresa ha habilitado a su equipo de asistentes sociales para que cumplan el rol de Consejeros de Integridad, asesoren y canalicen las inquietudes de cualquier trabajador de Sodimac que les haga llegar directamente una denuncia ética. Este sistema garantiza una apropiada investigación y solución de cada caso, y la plena confidencialidad del emisor.

Medidas para temas de integridad
(205-3)

Temas Denunciados 2021	Desvinculación	Retroalimentación	Plan de trabajo	Amonestación escrita	Traslado	Amonestación verbal	Declaración del conflicto	Capacitación	Administración del conflicto	Total
Comportamiento inapropiado	0	22	20	17	10	1	0	0	0	70
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	3	2	0	6	1	0	0	1	0	13
Temas laborales con connotación ética	7	1	0	0	0	0	0	0	0	8
Acoso laboral	4	0	0	4	0	0	0	0	0	8
Infracciones a la normativa interna	0	2	1	2	1	1	0	0	0	7
Conflicto de interés	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
Discriminación	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Uso incorrecto de los bienes de la Compañía	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2

*Nota: Las denuncias pueden tener 2 o más temas incluidos.
Fuente: Sodimac.*

Debida Diligencia en DD.HH.
(102-29; 412-1)

Durante 2021 la empresa se gestionó en conformidad a los temas y riesgos levantados en un Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos realizado en 2018, los cuales desde entonces forman parte de la matriz de Sodimac.

Sodimac siguió colaborando en las iniciativas de mejora continua en debida diligencia que se realizan en el país. En marzo, el gerente de sostenibilidad, Juan Carlos Corvalán, participó en un panel de discusión en el evento en que Pacto Global Chile lanzó una Matriz de Riesgos en Derechos Humanos, herramienta que busca facilitar al sector privado la realización de la debida diligencia

en la materia, proceso mediante el cual las empresas pueden gestionar en forma proactiva los riesgos reales y potenciales en los que pueden verse involucradas en el ámbito de derechos humanos.

Además, en 2021 Sodimac continuó reforzando su compromiso con el respeto y promoción de los Derechos Humanos (DDHH), aprovechando el Día Internacional de los DDHH con campañas de comunicación interna, alineada a la política corporativa. En 2022 se trabajará en actualizar la Debida Diligencia en DDHH en un trabajo colaborativo que se está desarrollando bajo el programa corporativo de Falabella.



Gestión de riesgos y cumplimiento

(102-11; 102-30; 205-1; 205-2)

Considerando la exposición de la compañía a riesgos de diversa naturaleza que pueden comprometer sus objetivos de negocio y la relación con sus grupos de interés, se ha desarrollado un modelo de gestión destinado a identificar dichos riesgos, su probabilidad de ocurrencia, el probable impacto interno y los mecanismos de control y responsabilidades para prevenirlos y/o mitigarlos.

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

Los riesgos tradicionales y no tradicionales se dividen en cuatro grandes áreas: operacionales, de cumplimiento, de seguridad física y tecnológicos (TI). Cada área cuenta con un comité presidido por el gerente general de Sodimac Chile y es coordinado por las gerencias de Sostenibilidad y Cumplimiento, de Administración, Finanzas y Prevención y la de Sistemas.

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

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

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

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

Como parte de la gobernanza de este modelo, la gestión de riesgos se presenta ante el Comité de Directores y el Directorio de la compañía, y trimestralmente se realiza un Comité de Riesgos presidido por el gerente general de Sodimac Chile donde participa el comité ejecutivo que integran los principales ejecutivos de la empresa en el país. También se realizan comités operativos mensuales con participación de diferentes áreas, para identificar y evaluar los riesgos, chequear la efectividad de los controles y definir los planes de acción para aquellas situaciones que no han sido suficientemente mitigadas. Se designan gerentes responsables de cada materia para hacer seguimiento a los avances en mitigación.

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

Durante el año, la citada matriz operó de acuerdo con las adaptaciones aplicadas el año anterior debido a las condiciones impuestas por la pandemia de COVID-19, para generar monitoreos permanentes del posible impacto de la crisis sanitaria en auditoría interna, procesos financiero-contables, gestión de personas, proveedores e infraestructura. Esto permitió estar en condiciones de



En 2021 se trabajó en ampliar el alcance de los riesgos incorporando más temas a la matriz de riesgo. Por ejemplo, en la matriz de riesgo personas se incorporó el riesgo por retención de talentos; en la matriz de riesgo financiero, se definió dar mayor cobertura a temas de control interno. Asimismo, a partir de 2022 se definió incorporar los temas de riesgo asociados a cambio climático.

aplicar labores preventivas en los equipos de trabajo, labor de las tiendas, centros de distribución y en la relación con los clientes, y mitigar en alguna medida la falta de presencia física de los equipos de control cuando existían restricciones de movilidad debido a cuarentenas.

Acciones en materia de cumplimiento

La consultora BH Compliance certificó en 2020 la implementación, administración y supervisión por parte de Sodimac de un modelo de prevención de delitos orientado a prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393. La empresa continuó aplicando sus protocolos internos en esta materia adaptados a los dos nuevos delitos incorporados en el Código Penal en 2020 (artículos 318 bis y 318 ter) con motivo de la emergencia sanitaria, los cuales dicen relación con la inobservancia del aislamiento u otras medidas preventivas dispuestas por la autoridad sanitaria en caso de epidemia o pandemia.

También se brindó entrenamiento especial a los trabajadores de las áreas expuestas a un mayor riesgo de corrupción, llegando a 1411 trabajadores, impartiendo pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones, las que fueron elaboradas en conjunto con el equipo de gobernanza del grupo Falabella bajo el concepto de "YoJuegoLimpio".

Se siguieron desarrollando capacitaciones online y cursos presenciales en temas de libre competencia y Ley N°20.393 dirigidos a la totalidad de los trabajadores. Cabe destacar los programas "Mi Cliente" y "Datos Personales", con formación en materia de derechos de los consumidores y protección de los datos personales, respectivamente. Además de otros cargos expuestos, en 2021 se dictaron cursos de libre competencia obligatorios para todos los colaboradores que participan en asociaciones gremiales. También se realizaron capacitaciones sobre medioambiente y derechos humanos a los cargos expuestos.

Prevención de pérdidas y auditoría interna

La Gerencia de Contraloría desarrolla un plan de auditorías internas que considera todos los riesgos del negocio, priorizando los procesos que presentan mayor vulnerabilidad. Se aplica un modelo de auditoría continua, empleando el sistema computacional "Panel de Control Remoto", que permite detectar tempranamente cualquier desviación relativa a procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. El mecanismo también opera con otras áreas, entre ellas, Venta Empresas, Finanzas, Tesorería, Prevención de Pérdidas y Operaciones.

Una medida habitual para abordar incidentes de corrupción son los inventarios generales, selectivos y diarios.

Tras las revisiones, se entrega a la alta dirección un informe con conclusiones y recomendaciones para cada caso, haciendo un seguimiento periódico hasta resolver la situación levantada. Los plazos asociados para dar solución y cierre dependen de la criticidad. Las situaciones



abordadas en los informes permiten adoptar medidas como capacitaciones y despidos, entre otras.

Auditoría interna reporta las situaciones de interés a lo menos trimestralmente al Comité de Directores y se reúne con mayor frecuencia con el presidente del Comité. En 2021 se profundizaron las auditorías con procesos asociados al ecosistema de Falabella, participando de manera preventiva en nuevos proyectos como la migración del e-commerce de Sodimac a Falabella.com, y procesos de eficiencia logística, como los procesos de logística inversa y de retiros en tienda.

Durante el año, aumentaron la cantidad y procesos auditados, incorporando mayores indicadores de auditoría continua y se creó un nuevo sistema, Audistock, para una alerta más temprana respecto del control diario de los inventarios.

Auditorías y medidas de control en tiendas centros de distribución y oficina central

En 2021 hubo 248 auditorías planificadas y no planificadas, y 2.160 auditorías remotas, basadas en un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas, filiales y oficinas centrales.

Nº Unidades Auditables	2019	2020	2021
Tiendas	80	72	78
Bodegas	30	30	28
Filiales (*)	3	3	3
Oficina de Apoyo	173	173	173
Total	286	278	282

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

Medidas para enfrentar la corrupción

Situaciones Detectadas	Medidas Adoptadas	2019	2020	2021
Mermas conocidas (robo detectado)	Inventarios generales	105	96	138
	Inventarios diarios	28.347	27.363	32.495
	Panel de control	1.088	1.440	2.160

Cursos de entrenamiento	Nº de empleados 2019	Nº de empleados 2020	Nº de empleados 2021
Prevención y pérdidas	1.025	915	874
Personal de seguridad externa (*)	620	540	615
Auditoría interna	16	12	12
Total	1.661	1.476	1501

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

Fuente: Sodimac.



Nuestros Trabajadores



Nuestros trabajadores

Sodimac desarrolla un proceso de mejoramiento continuo para atraer, formar y retener talentos, promoviendo el crecimiento laboral y la calidad de vida de sus colaboradores. Parte fundamental de esta mirada es mantener, además, relaciones laborales fluidas y transparentes, y preocuparse por la salud y seguridad de los trabajadores, política que ha sido especialmente prioritaria a lo largo de la pandemia



Temas estratégicos

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

Hitos 2021

- En 2021, la Escuela de Excelencia, en su rol como formadores integrales, implementó un ciclo de charlas enfocadas en la psicoeducación, autocuidado y salud mental. Esto buscó fortalecer a los equipos en tiendas, bodegas y oficina de apoyo en tiempos de pandemia y postpandemia.
- En materia de diversidad e inclusión, Sodimac participó en el primer “Ciclo de Mentorías LGTB+ Pride Connection Chile”; fue una de las 41 empresas que firmaron el compromiso #CEOporLaInclusión, convocado por Acción Empresas, la Fundación ConTrabajo y la Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de SOFOFA, y lanzó un programa de mentoría para mujeres con foco en equidad de género.
- GPTW situó a Sodimac en el lugar 12 entre los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile 2020”, categoría organizaciones con más de 1.000 colaboradores, y en la 4ª ubicación en el caso de los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres”.
- La ACHS entregó a Sodimac el Sello COVID-19, reconociendo las acciones y compromiso de la empresa en cuanto a medidas de prevención del coronavirus en toda su operación.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Gestión del talento y desarrollo integral

Formación y Capacitación

(404-1)

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

En 2021 se siguió adaptando la agenda formativa a las condiciones impuestas por la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, procurando asegurar la continuidad de las capacitaciones esenciales para la operación sin afectar la seguridad y salud de la dotación de Sodimac. Para ello, se adoptaron soluciones de e-learning con cursos codificados ante Sence, iniciativa que arrojó un saldo positivo en cuanto a cantidad de programas dictados y participación de trabajadores.

También se han dictado cursos y/o contenidos específicos mediante herramientas para auto instrucción, como cápsulas de video, cartillas y sesiones a través de la aplicación Teams, entre otros. Entre los avances del año en materia de educación a distancia, destaca el lanzamiento de una aplicación que permitió entregar contenidos a los trabajadores de forma ágil e innovadora.

Como resultado de estas iniciativas, en 2021 la inversión en formación de la compañía siguió su continuo desarrollo, sumando un total de 379.105 horas de clases en formatos e-learning y presenciales, que beneficiaron a 13.531 empleados.

Horas de capacitación compañía		
Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2019	17.276	494.633
2020	6.547	108.334
2021	13.531	379.105

Fuente: Sodimac.

Horas de capacitación Sence		
Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2019	11.079	321.305
2020	2.906	61.864
2021	18.129	325.360

Horas de Capacitación por cargo	2019			2020			2021		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	14.464	3.873	10.591	6.036	1.881	4.155	13.009	3.633	9.376
Profesionales y técnicos	74.460	34.004	40.456	33.573	17.737	15.835	99.139	47.498	51.641
Otros colaboradores	405.709	129.671	276.038	68.725	30.963	37.762	266.957	102.988	163.969
Total	494.633	167.548	327.085	108.334	50.581	57.752	379.105	154.119	224.986

Fuente: Sodimac.

Capacitación por género y cargo	2019			2020			2021		
	Nº Traba-jadores	Nº Mujeres	Nº Hombres	Nº Traba-jadores	Nº Mujeres	Nº Hombres	Nº Traba-jadores	Nº Mujeres	Nº Hombres
Gerentes y subgerentes	503	119	384	480	115	365	408	111	297
Profesionales y técnicos	3.469	1.556	1.913	2.600	1.216	1.384	2.785	1.338	1.447
Otros colaboradores	13.304	5.008	8.296	3.467	1.452	2.015	10.338	4.252	6.086
Total	17.276	6.683	10.593	6.547	2.783	3.764	13.531	5.701	7.830

Fuente: Sodimac.

Escuela de Excelencia Sodimac

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

En 2021, la programación tradicional se adecuó a las condiciones sanitarias, adoptándose un amplio rango de soluciones a distancia mediante la plataforma Success Factor de SAP, manuales de autoinstrucción y capacitaciones sincrónicas a través de Teams o Zoom. Esta estrategia ha favorecido la capacitación masiva de forma segura utilizando herramientas digitales que fomentan la autoinstrucción.

Además, están a disposición de los trabajadores más de 65.000 cursos impartidos por la plataforma online Udemy, con el fin de proveer contenidos específicos para las necesidades del negocio.

Adicionalmente, existe un programa de becas para complementar la formación y también programas especiales, con diplomados dictados por centros académicos reconocidos a nivel nacional.



Traineemac: la OTEC que más trabajadores capacita en Chile

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

Desarrollo Profesional

(404-2)

Planes de sucesión

Sodimac tiene un sistema de identificación, medición y ampliación de competencias laborales orientado a potenciar el desarrollo de carrera de sus trabajadores y contar con talento interno con potencial para ser considerado cuando existan procesos de búsqueda en cargos clave.

En todas las tiendas existe, además, un plan de sucesión utilizado al momento de definir los ascensos en cargos de gerentes y subgerentes de local. Otra herramienta de

promoción son los diplomados especiales destinados a fortalecer habilidades directivas y de gestión del retail.

Durante 2021, hubo 17 ascensos: 12 jefes de Departamento a Subgerentes y 5 Subgerentes a Gerentes (6 hombres y 11 mujeres).

También se aplica el “Plan Semillero”, que busca cubrir las vacantes de Jefes de Departamento de Ventas en Tiendas con trabajadores que no desempeñen una posición de liderazgo. Mediante este programa se acompaña a los candidatos en su proceso de desarrollo, definiendo diferentes etapas de evaluación, formación y práctica, buscando que adquieran las habilidades necesarias para el cargo. En 2021, 66 personas estaban en la última etapa de formación.

Concursos internos

Con concursos internos, la empresa brinda la oportunidad a sus trabajadores de ascender dentro de la organización y de postular a otra tienda o instalación que permita una mejor calidad de vida por su cercanía a su lugar de residencia. Las vacantes están abiertas para todo empleado que no esté dentro del Plan de Sucesión o del Programa Semillero. En 2021 se realizaron 1.568 concursos internos en todo Chile que arrojaron 532 seleccionados internos, quienes tomaron nuevas posiciones en la compañía.

Estos procesos no excluyen la existencia de concursos externos cuando se requieran, los cuales en 2021 superaron las 95.585 postulaciones para posiciones en tiendas, centros de distribución, oficina de apoyo y call center.

Año	Concursos internos
2019	403
2020	296
2021	1.568

Fuente: Sodimac.

Evaluaciones de desempeño

(404-3)

La Evaluación de Desempeño es un proceso anual donde participa todo empleado que haya trabajado al menos tres meses en Sodimac. Desde 2020 se utiliza un procedimiento estándar a nivel regional, con la implementación de una única plataforma que mide iguales competencias,

quedando en condiciones de promover de forma equitativa la movilidad interna entre negocios y países.

En 2021 la cobertura alcanzó a un 97% del total de trabajadores, equivalente a 10.977 personas (61,5% hombres y 38,5% mujeres).

Para la plana ejecutiva, la empresa aplica procesos de Evaluación 360, abarcando a 147 en el año (109 hombres y 38 mujeres).

Evaluación de desempeño Trabajadores evaluados			
Año	Mujeres	Hombres	Total
2019	6.214	9.409	15.623
2020	6.106	9.251	15.357
2021	4.225	6.752	10.977*

* El total de trabajadores evaluados en 2021 por su desempeño en 2020, se vio afectado por la disminución de dotación del 2020.

Fuente: Sodimac.



Selección: Privilegiando la mano de obra local

(202-2)

Sodimac recluta sus trabajadores privilegiando a quienes residan en zonas cercanas a las tiendas o centros de distribución, criterio que busca contribuir a su calidad de vida y brindar oportunidades a las comunidades vecinas. En relación a los cargos de altos ejecutivos contratados (gerentes y subgerentes) un 93% corresponde a personas de la comunidad local (Chile).

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

Año	2019		2020		2021	
Tipo de Cargo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	23	12	6	5	11	4
Profesionales y técnicos	165	103	75	48	161	148
Otros colaboradores	2.354	1.047	679	560	1.877	1.260
Total por género	2.542	1.162	760	613	2.049	1.412
Total	3.704		1.373		3.461	

Fuente: Sodimac.

Compensaciones

(202-1)

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

Año	Salario mínimo país (\$)	Salario inicial Sodimac (\$)	Relación Sodimac vs país
2019	301.000	450.246	1,50
2020	301.000	450.246	1,50
2021	337.000	504.096	1,50

Sueldos brutos. Salario inicial Sodimac considera gratificación.

Fuente: Sodimac.



Cultura, clima laboral y calidad de vida

La gestión de clima laboral se realiza bajo una mirada de responsabilidad compartida entre el equipo de Clima y Cultura, los líderes de la organización y los trabajadores. El Plan de Clima contempla tres frentes de acción: Te Asesoramos, Te Acompañamos y Juntos Construimos. Cada uno con un objetivo claro y acciones puntuales.

Para asesorar a los líderes de la organización con sus equipos, se aplica anualmente la herramienta de medición de clima Great Place to Work. El desafío fue movilizar a toda la compañía a responder en un formato 100% online, para lo cual se realizaron una serie de reuniones con los líderes para explicarles cómo funcionaría esta nueva modalidad, se reforzó la confidencialidad del proceso y se entregó material para que ellos pudieran fomentar la participación en sus equipos. Además, el proceso se acompañó con una campaña comunicacional masiva bajo

el nombre de “Entre todos hacemos de este el mejor lugar para trabajar”. Todo esto se vio reflejado en una tasa de participación mayor al 80%, lo que significó un gran logro para una empresa con alta dotación.

Esta encuesta, permitió obtener indicadores concretos que ayudaron a identificar cómo se encuentran los equipos en las diferentes dimensiones. Una vez presentados los resultados y análisis a cada área de la organización, se desarrollaron talleres y conversatorios que permitieron recopilar data cualitativa de los equipos que requieren de una asesoría en detalle y acompañamiento.

De forma masiva, se impulsaron una serie de cápsulas audiovisuales llamadas “Clima Tips”, que entregaron información relevante para potenciar un ambiente de trabajo saludable. “La importancia del saludo”, “La importancia



de la retroalimentación constante”, “La importancia de la comunicación” y “Gestión de resultados de Clima” son algunos de los temas abordados.

Adicionalmente, se comenzaron a realizar acciones adicionales de escucha, una de ella dirigida a los equipos internos de RR.HH. en Tiendas y Centros de Distribución, cuyo rol la empresa valora y agradece. “Gracias a ti” son espacios de conversación uno a uno con ellos. Durante este 2021 se conversó con un 58% de los jefes de RR.HH.

También, se crearon conversatorios virtuales “Aquí Estoy”, espacios donde la empresa conectó a trabajadores de distintos lugares con los líderes. En esta instancia, las personas encuentran un espacio de confianza donde cuentan su experiencia, aclaran sus dudas y/o sugieren mejoras. Durante 2021 se realizaron 29 conversatorios, participaron más de 300 personas, quienes hablaron en directo con los gerentes de Operaciones, Cadena de Abastecimiento y gerente general.

En 2021, Sodimac se enfocó en la cultura del reconocimiento que tiene por objetivo que, sin importar el lugar en dónde la persona trabaje, todos vivan una cultura que destaque el mérito de cada integrante de la organización. Por este motivo, se creó un Programa de Reconocimiento que permitió ordenar, estandarizar y digitalizar el proceso y documentos utilizados. Este programa ya se encuentra funcionando en todas las Tiendas y Centros de Distribución del país, y durante el año hubo unas 828 personas destacadas como el mejor trabajador del mes.

Programa de Voluntariado “Constructores de Sueños”

A través de este, se motiva a los trabajadores a ser parte de una comunidad de voluntarios activos que apoya con mano de obra a proyectos que mejoran de calidad de vida de sectores cercanos a sus lugares de trabajo y otros relacionados al quehacer de Sodimac. Producto de la pandemia y las distintas restricciones preventivas, en 2020 no se pudieron realizar funciones en terreno. No obstante, esto se retomó en 2021 y se trabajó en una campaña para reforzar el compromiso, lo que permitió inscribir de manera digital a más de 4.000 trabajadores dispuestos a formar parte de esta red nuevamente y se pudieron concretar acciones en más de 50 proyectos de todo tipo a nivel nacional.

Se trata de la comunidad de voluntarios más grande de Chile, que materializan los sueños de hogar en el país. Una vez al año se reúnen en el “Encuentro de Voluntarios”, que en su cuarta edición se realizó en formato 100% digital vía streaming. Se envió a cada uno de los capitanes voluntarios un kit como símbolo de gratitud por su labor y compromiso, y el ex capitán de la selección chilena Iván Zamorano les dictó una charla motivaciones, además de mensajes que recibieron de los líderes de la empresa.

Mejor empresa de retail hogar para trabajar

La medición que cada año realiza Great Place to Work (GPTW) situó a Sodimac en el lugar número 12 entre los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile 2020”, categoría organizaciones con más de 1.000 colaboradores, y en la cuarta ubicación en el caso de los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres”.

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



Calidad de vida

(401-2)

Sodimac aplica programas destinados a potenciar la conciliación trabajo-vida personal, existiendo sobre 70 beneficios relacionados con familia, vivienda, educación, salud, seguros, ayudas especiales, bonos, asignaciones y reconocimientos.

En 2021 estos planes se mantuvieron adaptados al contexto de la pandemia, velando por resguardar las medidas sanitarias, el cuidado de la salud y las necesidades de los trabajadores, con un foco especial en acoger problemáticas que los afectaran individualmente y/o en sus entornos familiares, tanto desde una óptica técnica como laboral, abordándose también temas ligados al arte, las humanidades y de interés general.

Además, se han realizado acompañamientos especiales del área Cultura y Clima Laboral a los líderes de la compañía, generando espacios de escucha y contención, junto con brindar asesorías respecto a medidas de acompañamiento a los equipos en este proceso.

Workplace se siguió fortaleciendo como el principal canal de comunicación interno de la compañía, para mantener un contacto permanente e instantáneo con todos los trabajadores. La herramienta permite un flujo constante de interacciones y realizar seguimiento a los casos que requieren un apoyo especial, y especialmente de quienes resultaron contagiados, otorgando asesoría, orientación y apoyo.



Reconocimientos y otras actividades

En 2021 la empresa continuó promoviendo iniciativas que forman parte de la cultura de Sodimac, como la Ceremonia de Inicio de Año, el Reconocimiento a la Excelencia Máxima y el Encuentro de Voluntariado de manera virtual. Otras actividades, entre ellos los reconocimientos por años de servicio y fiestas de Navidad, se llevaron a cabo presencialmente respetando estrictas medidas sanitarias, con el fin de resguardar la salud de todos los trabajadores.

Principales Beneficios (M\$)	2019	2020	2021
Bono de vacaciones	5.293.345	4.705.966	4.727.432
Antigüedad y permanencia	965.003	1.081.460	1.080.435
Bono de asistencia	4.028.035	3.213.124	3.224.334
Aguinaldos	1.974.039	1.813.278	1.827.364
Sala cuna	1.007.340	712.924	489.446
Beneficios por traslados	3.406.169	3.626.411	4.734.093
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	1.329.032	1.069.434	877.240
Eventos corporativos	2.022.267	991.117	1.272.838
Casino y colación	12.872.973	10.020.807	10.057.198

Fuente: Sodimac.



Principales programas

Orientación y apoyo social

Durante el año la principal preocupación del equipo de asistentes sociales a nivel nacional fue brindar acompañamiento, orientación y apoyo a las diferentes necesidades que presentaron los trabajadores y sus familias, incluyendo seguimiento y evaluación para quienes estuviesen afectados por la pandemia.

Adicionalmente, en 2021 se apoyó a 35 de trabajadores que requerían ayuda para cubrir sus necesidades de salud, vivienda y otros, lo que generó aportes económicos de la empresa por un total de \$8.229.570.

En la medida que el programa de vacunación avanzó en el país y las condiciones sanitarias lo permitieron, trabajadores mayores de 60 años, embarazadas y personas con enfermedades calificadas de mayor riesgo frente al coronavirus se fueron reincorporando al trabajo híbrido o presencial, dependiendo de su labor.

Programa de Vivienda

La empresa respalda a los trabajadores que buscan materializar el sueño de la casa propia, brindándoles asesoría y orientación sobre los beneficios estatales para obtener una vivienda durante las postulaciones a subsidios habitacionales. También presta apoyo financiero en este

sentido, ayuda que en 2021 se tradujo en préstamos para facilitar este proceso a 24 personas.

Por otro lado, a través del programa “Nuestra Casa Contigo”, Sodimac aporta recursos económicos para proyectos de mejoramiento de viviendas de trabajadores en situación de vulnerabilidad, mientras que maestros y trabajadores inscritos en programas de voluntariado corporativo concurren con mano de obra. En 2021 esta iniciativa benefició a 48 trabajadores que cumplieron con los requisitos de postulación, concretándose 73 proyectos.

Programa de Salud

Sodimac brinda orientación a través de sus asistentes sociales sobre una correcta utilización de los planes de salud y beneficios asociados. Existen dos convenios colectivos suscritos con las Isapres Colmena y Consalud, a través de los cuales pueden optar a planes exclusivos o con precios preferenciales en relación con su valor de mercado. A esto se suma un seguro complementario de salud, dental y catastrófico con la compañía de seguros Chilena Consolidada, que es cofinanciado entre la empresa y el trabajador e incluye a sus cargas. Actualmente pertenecen a este seguro 6.958 trabajadores titulares y 5.055 cargas beneficiadas.

En materia de salud mental se llevó a cabo un ciclo de charlas y talleres online dirigidos a los trabajadores y sus familias, donde participaron alrededor de 100 personas. También, se ofrecieron atenciones psicológicas y

Seguro de vida

Actualmente todos los trabajadores de Sodimac cuentan con un seguro de fallecimiento, muerte accidental, invalidez total e invalidez accidental que cubre a todos los trabajadores que se encuentran con contrato vigente. Este seguro se financia de manera compartida entre la empresa y el trabajador.

nutricionales gratuitas, a través de una plataforma online, donde se atendieron 46 trabajadores.

Programa de Deportes

La empresa promueve actividades que fortalezcan la salud física y mental, una sana convivencia laboral y el clima interno, durante el 2021 se llevaron a cabo diferentes actividades físicas vía workplace donde participaron trabajadores a nivel nacional mediante las diferentes disciplinas transmitidas online. También se desarrolló un campeonato de Pádel para trabajadores de las oficinas de apoyo, en el que participaron 20 trabajadores durante dos jornadas presenciales.

Actividades deportivas online	2020	2021
Capsulas pausas activas y rutinas de entrenamiento	212	128
Clases en línea	352	413

Fuente: Sodimac.

Programa de Flexibilidad Laboral

Sodimac busca ayudar a compatibilizar la vida personal con la laboral, esfuerzo que se profundizó en pandemia y que incluye la aplicación de los protocolos normativos establecidos por las autoridades en materia de teletrabajo.

Los lineamientos de la compañía se basan en tres pilares:

- Flexibilidad horaria: El trabajador que no está en la operación de tiendas y centros de distribución puede optar por tres alternativas, eligiendo el horario que más le acomode, siempre que sea compatible con sus funciones.
- Lugar de trabajo: Permite escoger la modalidad de trabajo a distancia, siempre que el cargo y las herramientas necesarias para sus labores así lo permitan.



- Tiempo libre: Da la posibilidad de solicitar permisos sin goce de sueldo, para utilizarlos según necesidad mediante las siguientes modalidades: dos bloques de cinco días hábiles, o un permiso de hasta tres meses.

Otro beneficio que busca aportar a una mejor calidad de vida de los trabajadores, compatibilizando de mejor manera la vida personal y laboral es el beneficio Más Días Libres. Este considera 3 opciones:

- Días Libres: El trabajador contará con hasta 5 días de libre disposición anuales con derecho a remuneración. Se podrán tomar continuos o por separado, previa coordinación con su jefe directo.
- Día de Cumpleaños: El trabajador contará con todo el día de su cumpleaños libre con goce de sueldo.
- Celebraciones de fin de año: El trabajador contará con toda la tarde libre de los días 24 y 31 de diciembre, haciéndose cierre anticipado de todos los lugares de trabajo. Adicionalmente, el trabajador podrá elegir la mañana libre del 24 o 31 de diciembre, teniendo uno de estos días libre.

Diversidad e inclusión

En Sodimac, y el grupo Falabella en general, la inclusión y la prevención de cualquier tipo de discriminación forman parte fundamental de la cultura corporativa, propiciando instancias de trabajo colaborativo que ayuden a la construcción de una sociedad más diversa.

En este plano, la empresa posee desde 2015 una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación, e implementa un proceso de gestión planificado y sistemático, cuyo principal objetivo es desarrollar un lugar de trabajo sin exclusiones por factores distintos al aporte laboral. Los protocolos incluyen un módulo de diversidad e inclusión incorporado a la inducción de todos quienes ingresan a la empresa, para que estén alineados desde un comienzo con los principios corporativos y contemplen la diversidad en su gestión.

Para organizar todos los esfuerzos en estos ámbitos, la empresa creó en 2018 el cargo de Coordinador de Diversidad e Inclusión, dependiente del área de Calidad de Vida de la Gerencia de Personas. Hoy la gestión de la Diversidad, Equidad e Inclusión se cohesiona con Cultura, formándose el Departamento de Cultura, Inclusión y Comunicaciones Internas.

Avances en 2021

A lo largo del año la empresa mostró avances relevantes en distintos tópicos vinculados a diversidad e inclusión, destacando los siguientes:

CEOs por la Inclusión

Sodimac fue una de las 41 empresas que firmaron el compromiso #CEOporLaInclusión, iniciativa convocada por Acción Empresas, junto a Fundación ConTrabajo y la Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de SOFOFA, con el propósito de acelerar la participación laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de empresas inclusivas a través del compromiso de sus CEOs. Durante una ceremonia realizada en diciembre, los líderes de distintas empresas se comprometieron a ser parte de esta alianza que se fundamenta en nueve compromisos, entre ellos, la creación o fortalecimiento de las gerencias y CEOs en el Comité de Diversidad e Inclusión de las empresas.

Mentoría en Pride Connection

Sodimac participó como empresa mentora en el segundo "Ciclo de Mentorías LGTB+ Pride Connection Chile", iniciativa de la Fundación Iguales que busca acortar la curva de aprendizaje compartiendo buenas prácticas LGBTI+ en las organizaciones. Dicho ciclo reunió a más de 50 empresas de diferentes rubros para compartir buenas prácticas y adquirir nuevos conocimientos y herramientas en torno a la inclusión.

Programa de Mentoría para Mujeres

En diciembre se lanzó un programa de mentorías para mujeres (con foco en equidad de género) que se realizará junto a la Universidad Adolfo Ibáñez. Se seleccionaron 20 mentores de la compañía (hombres y mujeres) que serán preparados para ejercer ese rol y 20 mentees (sólo mujeres) que, además de las sesiones de mentoría propiamente tal, pasarán por un programa de liderazgo. Participan mentores y mentees de las diferentes áreas: tiendas, cadena de abastecimiento y Oficina de Apoyo.

Taller de liderazgo inclusivo

En noviembre, se realizó un taller de liderazgo inclusivo especial para los principales gerentes de la empresa que integran el comité ejecutivo. En la actividad se abordaron los lineamientos que definen a un líder inclusivo, se habló de la importancia de reconocer los sesgos inconscientes y se enfatizó en las conductas que caracterizan este liderazgo.

Taller de Formadores por la Inclusión

En 2021 también se realizó un taller corporativo de Formadores por la Inclusión, en el que trabajadores se prepararon como agentes de cambio para fomentar ambientes más inclusivos.



Nuestros programas

Personas en situación de discapacidad

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

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

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

Por otro lado, en conjunto con la Escuela de Excelencia de Sodimac, se imparten cursos para potenciar la diversidad y el respeto, y se acompaña y capacita a los equipos que incorporan a quienes tienen discapacidad.

Expo Inclusión

Sodimac participó en la cuarta versión de la Expo Inclusión, feria laboral que contó con 120 *stands* y una plataforma donde los asistentes pudieron participar en talleres, capacitaciones y mentorías, además de acceder a charlas para empresas y de una herramienta habilitada para que los interesados pudieran enviar sus antecedentes laborales.

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

Como parte de todo este esfuerzo, y desde antes de que fuese promulgada la ley 21.015 (norma que regula la materia), Sodimac Chile mantiene en su plantilla a trabajadores con distintas situaciones de discapacidad que se desempeñan en diversas labores, las cuales, al cierre de 2021, sumaban un total de 175 personas (149 acreditados), lo que corresponde al 1% del total de la dotación, con lo que la empresa cumple el porcentaje exigido por la Ley de Inclusión.

Sello de Empresa Inclusiva

Gracias a su esfuerzo por entregar de oportunidades laborales a personas con discapacidad, desde 2020 la empresa ostenta el sello de Empresa Inclusiva entregado por Best Buddies.

Equidad de género

(401-3; 405-2)

Como parte del grupo Falabella, Sodimac participa en la Encuesta Par Latinoamérica, herramienta que mide el desempeño de empresas privadas, entidades públicas y pymes en temas de equidad de género, buscando evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo del personal femenino. Además, en 2021 la empresa lanzó un programa de mentorías para mujeres con foco en equidad de género.

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

Por otro lado, desde fines de 2017 existe un programa formal de flexibilidad laboral para hombres y mujeres, con el fin de equilibrar la vida personal con el trabajo, acelerado en 2021 con la habilitación de los espacios de cowork en la oficina central, lo que se ha traducido en un sistema mixto entre teletrabajo y presencialidad. La modalidad también incluye la opción de variar el horario de ingreso y salida, incrementar a ocho días el permiso a los padres por nacimiento de un hijo y, con el programa “Mi Tiempo”, se ofrecen permisos para ausentarse sin goce de sueldo. Estos beneficios están sujetos a requisitos y pueden variar de acuerdo con la jornada laboral y el convenio colectivo.

Asimismo, la empresa cuenta con un protocolo de violencia de género para apoyar a las trabajadoras que puedan ser víctimas de este tipo de situación, entre otras medidas. Cabe destacar que en 2021 Sodimac fue reconocido por GPTW con el 4º lugar de las mejores empresas para trabajar para mujeres en Chile, reafirmando el compromiso con los ambientes laborales equitativos.

A diciembre de 2021, las mujeres representaban el 42% de la dotación total de Sodimac Chile, así como el 27% de las posiciones de gerentes y subgerentes.

Licencia Postnatal/Parental	2019	2020	2021
Mujeres	341	256	202
Hombres	5	2	3

Fuente: Sodimac.



Tasa de Regreso al Trabajo	2019	2020	2021
Mujeres	94%	82%	13%
Hombres	100%	100%	100%

Fuente: Sodimac.

Brecha salarial por género

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

Fuente: Sodimac.

Alianza con Soymás

En el área de formación e inclusión, desde 2019 Sodimac mantiene una alianza colaborativa con la fundación Soymás, entidad que apoya a jóvenes embarazadas y madres adolescentes. La compañía las acoge para que puedan realizar sus prácticas laborales en tiendas de la cadena.

Interculturalidad

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

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

Al cierre de 2021, 857 trabajadores extranjeros de 18 nacionalidades se desempeñaban en diversos cargos a lo largo del país.

Diversidad Sexual

Sodimac opera con criterios basados en el respeto a todas las personas, sin distinciones por identidad de género u orientación sexual. Por este motivo, la empresa incorpora el

Acuerdo de Unión Civil como un equivalente al matrimonio en la política de beneficios para los trabajadores.

También existe un Protocolo de Transición de Género para facilitar el proceso de incorporación de las personas trans, política que conlleva la obligación de respetar el nombre social de las personas en transición, educar sobre la temática y apoyar dichos procesos a través del Seguro Complementario de Salud.

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

Generación senior

La compañía valora la contribución de distintos grupos etarios al clima interno promoviendo el aporte de

trabajadores de 60 años o más, quienes, con su experiencia laboral y de vida, ayudan a elevar los estándares de servicio de Sodimac.

Al cierre de 2021, trabajaban en la compañía 688 empleados senior, quienes se distribuyen de manera similar al resto de la dotación de Sodimac realizando diversas funciones de acuerdo con su experiencia y conocimiento, incluyendo cargos de jefatura y operativos, vendedores, así como vendedores expertos y roles administrativos, entre otros.

Reinserción Social

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



Prevención y Seguridad

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

El cuidado de nuestros trabajadores

Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principio fundamental el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y la constante mejora de los estándares de seguridad. Además, coloca a la prevención de riesgos, la productividad y la venta en un mismo nivel de importancia en los procesos internos sustentados en las Normas ISO 45.001 sobre Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional.

En pro de la prevención de Accidentes y Enfermedades Profesionales en todas las instalaciones, se cuenta con una serie de actividades para el fortalecimiento de la "Cultura preventiva y el liderazgo en prevención", que es el principal motor para la gestión. Para ello, la empresa tiene Comités Paritarios de Higiene y Seguridad activos en todas las instalaciones. Dichos equipos generan actividades constantes en seguridad, salud ocupacional y en el autocuidado, buscando este 2022 certificarse en nivel inicial con el apoyo de ACHS.

En el periodo, se adicionaron más documentos de gestión en la plataforma "Woken – Reactive", que cuenta con 80 formularios digitales que aplican los prevencionistas y parte del equipo central de prevención de riesgos Sodimac para evaluar las condiciones de riesgos en todas las instalaciones. Esto ayuda a generar una alerta inmediata (por medio de información acompañada de la evidencia de imágenes reales del momento) que va

dirigida directamente al gerente de la instalación. Él es responsable de levantar los quiebres evidenciados por medio de la plataforma en un plazo que dependerá de la gravedad de lo levantado, para así evitar futuros accidentes en tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo.

En 2021, se generaron campañas preventivas relacionadas con el cuidado a las personas e instalaciones: Prevención de Riesgos Psicosociales, Prevención de Incendios, Sensibilización Ista 21 y el hito del Mes de la Prevención, que convocó a todas las áreas, incluyendo a parte del Comité Ejecutivo, que participó en las actividades. También se impulsó una campaña para todos los trabajadores en torno a la prevención de Covid-19 en los hogares y traslados en transporte público.

Adicionalmente, se retomó la entrega de los Premios al Liderazgo de Prevención en formato digital, donde junto a ACHS se premió a las instalaciones con cero accidentes y la gestión de liderazgo preventivo de trabajadores, prevencionistas de riesgos, jefes de prevención de pérdida, gerentes de tiendas y bodegas, personal de OGP, además de áreas que apoyan en la gestión de prevención. En cuanto a premiaciones por días sin accidentes con tiempo y sin tiempo perdidos, 32 instalaciones fueron reconocidas en 2021 por 200 días sin accidentes; 12 instalaciones por 365 días sin accidentes y para el mes de la prevención, 51 instalaciones lograron este objetivo.

Alianza estratégica ACHS-Sodimac: un vínculo vital

Sodimac mantiene una alianza estratégica con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), vínculo que ha significado un trabajo colaborativo para potenciar la cultura preventiva integral en la organización, estableciendo anualmente en conjunto planes de trabajo conducentes a minimizar los accidentes y enfermedades profesionales, mantener ambientes de trabajo sanos y contar con una asesoría y apoyo permanentes para el cumplimiento de requisitos legales aplicables.

Desde 2020, la pandemia de COVID-19 obligó a aplicar cambios en los objetivos y programa anual de colaboración, actualizando la labor a las normativas emanadas a raíz de la crisis sanitaria y a la masificación del teletrabajo. Adicionalmente, el soporte técnico de los profesionales ACHS debió ajustarse al contexto, con asesorías tanto presenciales como remotas y apoyo especializado en la elaboración de procedimientos relacionados con las nuevas exigencias. En ese sentido, se organizaron charlas y webinars voluntarios orientados a entregar información a los líderes de la empresa en temas relativos a gestión de clima y pandemia, teletrabajo y productividad, y primeros auxilios psicológicos.

También se verificó en terreno el cumplimiento de las condiciones de prevención de contagios, de acuerdo con los requisitos obligatorios del Formulario Único de Fiscalización y las recomendaciones de buenas prácticas

sugeridas, y a medida que las restricciones de movimiento se fueron flexibilizando, la Dirección Médica de ACHS y su equipo operativo asesoraron el proceso de retorno seguro de los trabajadores al cumplimiento de funciones de manera presencial.

La alianza también contempla el Proceso implementación de la tecnología OCDI DEKRA (Organizational Culture Diagnostic Instrument) que tiene por objetivo diagnosticar la cultura preventiva de la organización y establecer un plan de acción que permita avanzar en este tema en los próximos tres años. En 2021, 10.819 trabajadores contestaron dicha encuesta, llegando a un logro de participación del 90% de la dotación.

Gracias a todas las medidas adoptadas y al trabajo colaborativo desplegado entre ambas entidades, en julio la ACHS entregó a Sodimac su Sello COVID-19, reconociendo las acciones y compromiso de la empresa en cuanto a medidas de prevención del coronavirus en la totalidad de su operación a lo largo de Chile (tiendas, cadena de abastecimiento y oficina central). Para alcanzar la certificación, la ACHS realizó diferentes procesos de auditoría y verificación del cumplimiento de las normas establecidas por la autoridad sanitaria y las mejores prácticas internacionales.

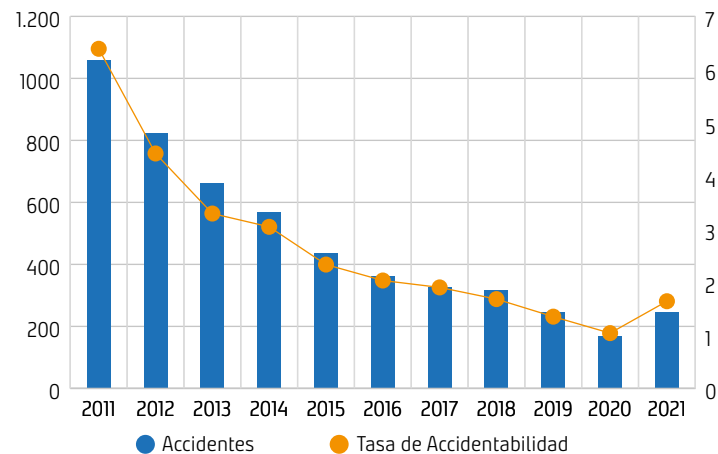


Tasa de siniestralidad y accidentabilidad (403-2)

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

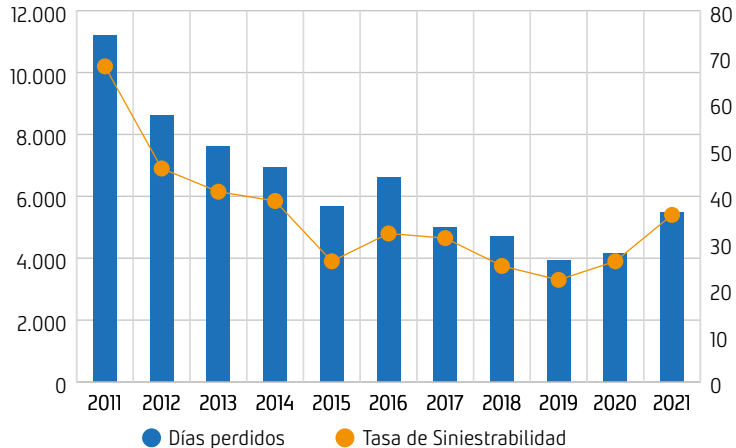
- Al cierre de 2021 se habían registrado 245 accidentes laborales, 11 enfermedades profesionales, y 3.891 días perdidos, incluyendo los días de arrastre del año anterior.
- La accidentabilidad se situó en un 1,60, cifra 72% menor a la de 2011, año base considerado por la empresa para sus mediciones.
- La tasa de siniestralidad, en tanto, fue de 26,28 (62% menos que en 2011), lo que se traduce en 7.294 días perdidos menos.
- Los accidentes de trayecto, a su vez, que antiguamente registraban un evento diario en promedio, bajaron en un 95%.

Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



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

Días perdidos y Tasa de Siniestralidad



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

	2019				2020				2021			
Zona o Región	Días per- didos por accidentes	Accidentes	Enfer- medades profesio- nales	Víctimas mortales	Días per- didos por accidentes	Accidentes	Enfer- medades profesio- nales	Víctimas mortales	Días per- didos por accidentes	Accidentes	Enfer- medades profesio- nales	Víctimas mortales
Zona Norte	373	26	1	-	115	16	-	-	541	40	1	-
Zona Centro	522	34	-	-	276	16	-	-	158	21	1	-
Zona Sur	795	67	2	-	1060	69	13	-	1300	85	6	-
Región Metropolitana	1411	124	3	-	894	68	7	-	1371	98	3	-
Hombre	2136	177	4	-	1563	116	14	-	2048	159	5	-
Mujeres	965	74	2	-	782	53	6	-	1322	85	6	-
Total	3935	251	6	-	3147	169	20	-	3891	244	11	-



Medidas de prevención y actividades de apoyo en contexto de pandemia

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

- En 2021, en la medida que la situación sanitaria y el avance en la vacunación lo permitieron, se fueron reincorporando a sus labores habituales todos los trabajadores del grupo de riesgo. En forma previa se capacitaba al trabajador en medidas preventivas Covid.
- Reducción de horarios de las tiendas.
- Se sigue manteniendo la entrega de elementos de higiene y protección (mascarillas, alcohol gel y guantes, entre otros), junto con diversas campañas comunicacionales, capacitaciones en medidas de protección y actualización de protocolos sanitarios ordenados por el Minsal.
- Permisos y seguimiento diario para trabajadores calificados como contactos estrechos.
- Ayudas económicas para quienes lo necesitaron durante su periodo de cuarentena o licencia producto de Covid.

Relación con los sindicatos

(102-41)

Al cierre de 2021, en Sodimac Chile operaban 5 sindicatos de empresa, 2 sindicatos interempresa y 3 sindicatos de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, que en conjunto representaban a 11.803 trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del 75%, cifra que supera el promedio país.

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

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

Trabajadores sindicalizados		
Año	Nº trabajadores	Porcentaje
2019	14.014	78%
2020	12.205	81%
2021	11.803	75%

Fuente: Sodimac.

Negociaciones colectivas

Durante el año, en la empresa se desarrollaron seis negociaciones colectivas que involucraron a 7.072 trabajadores socios de sindicatos, los que representaron un 45% de la dotación.

Diálogo permanente

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

Los sindicatos de tiendas (interempresa) establecen a su vez reuniones con los gerentes de tienda, Business Partner (jefe regional de personas) y el correspondiente jefe de recursos humanos, en la medida que tengan temas que necesiten tratar con la empresa.

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



Formación Sindical

Sodimac ofrece un programa de formación orientado a potenciar las habilidades de los dirigentes sindicales en aspectos relacionados a relaciones laborales y desarrollo de procesos de negociación colectiva. En 2021 se realizó una capacitación a los sindicatos de Valdivia y otra al sindicato Nocesur. En total se capacitaron 20 dirigentes y delegados.

Judicialización de causas laborales

En 2021 hubo 216 denuncias de tipo laboral, canalizadas por las instancias legales de la empresa, de las cuales 179 fueron resueltas y otras 37 permanecían abiertas al cierre del año y en etapa de investigación.

Causas Laborales	
Año	Nº Denuncias
2019	162
2020	242
2021	216

Fuente: Sodimac

Subcontratación en Sodimac

102-8

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

La Unidad de Subcontratación instruyó un total de 106 juicios y demandas interpuestos por trabajadores externos

durante 2021, de las cuales 63 concluyeron en el período y el resto sigue en trámite al cierre del año.

En línea con la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados, la empresa también cuenta con un mecanismo de control de acceso, operativo en todas las instalaciones (tiendas, bodegas y centros de distribución), con el que se busca validar si el personal externo, esporádicos y ruterios están habilitados para ingresar a dichos lugares para prestar sus servicios. A raíz de la pandemia y dentro del marco de los protocolos establecidos por las autoridades, la empresa adoptó una serie de medidas de ingreso respecto a los trabajadores subcontratados:

- Presencia en instalaciones de Sodimac (definición de grupos de riesgo y teletrabajo, distancia social).
- Higiene y limpieza (lavado de manos, uso del casaca).

- Comunicación/Emergencia (tomar todas las medidas indicadas por las autoridades de salud en caso de sospecha o contagio del virus).

Subcontratación	2019	2020	2021
Empresas externas (*)	123	117	117
Nº de trabajadores (**)	5.744	4.913	7.202
Nº de fiscalizaciones	-	-	-
Nº de multas	-	-	-

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

(**) En 2021 la dotación estuvo compuesta por un promedio de 7.202 trabajadores subcontratados, de los cuales 4.331 eran hombres y 2.871 mujeres.

Fuente: Sodimac.



Nuestros Proveedores



Nuestros proveedores

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



Temas estratégicos

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

Hitos 2021

- Sodimac se convirtió en socio estratégico del programa Unboxing Innovation, desafío de innovación abierta que busca potenciar el ecosistema emprendedor mediante la creación de soluciones que contemplen la economía circular y contribuyan al cuidado del medioambiente.
- La empresa ampliará a toda la cadena Homecenter y Constructor del país el uso de una solución de IA que permite potenciar la experiencia de los clientes mejorando la gestión de labores rutinarias, entre ellas, chequeo de posibles quiebres de stock y ubicación de productos en tiendas.
- Se realizaron dos encuentros anuales y un webinar con proveedores en los que se compartió importante información para la gestión de las empresas proveedoras y avanzar en los desafíos de sostenibilidad.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Gestión sostenible de la cadena de suministro

(102-9; 204-1)

Sodimac cuenta con una amplia cadena de valor basada en más de 5 mil proveedores de diferente tamaño, con quienes se articulan relaciones enfocadas en una coordinación eficiente, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes.

La empresa cada año selecciona los mejores productos disponibles en Chile y otros mercados del mundo, producidos por fabricantes de confianza que son sometidos a estrictos controles de calidad. La estrategia de aprovisionamiento considera el precio, la continuidad del proveedor, la calidad y seguridad de su oferta, políticas de mejoramiento continuo, buenas prácticas laborales, ambientes de trabajo adecuados, uso de elementos de seguridad y el respeto por las normas nacionales e internacionales en materia laboral.

En 2021 cerca del 79% de las compras de la compañía correspondieron a proveedores locales, y un 21% fue mercadería de origen extranjero, proveniente principalmente de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

Fue un año desafiante en materia de abastecimiento. Todos los eslabones de la cadena logística (productores-proveedores, navieras, puertos, extraportuarios, transporte, contenedores, pallets, operadores logísticos, entre otros) siguieron estresados a nivel mundial por los efectos de la pandemia y el proceso de normalización ha sido paulatino.

En ese contexto, Sodimac realizó los mayores esfuerzos

para que los clientes contaran con los productos que requerían. Se trabajó arduamente con los proveedores de productos y servicios para responder al aumento de la demanda y como alternativa también se buscaron nuevos proveedores en Chile y el mundo.

Participación en compra proveedores			
Origen	2019	2020	2021
Importado	23%	19%	21%
Nacional	77%	81%	79%

Fuente: Sodimac.

Webinar sobre Ley REP

Como parte de los esfuerzos en materia de sostenibilidad, en junio Sodimac realizó un webinar con 200 de sus proveedores para profundizar en la Ley REP (de Responsabilidad Extendida del Productor) y generar conciencia sobre el rol que tienen la empresa y sus proveedores para cumplir con las exigentes metas que plantea esta normativa y de esa manera aportar al cuidado del medioambiente.

Encuentros Anuales con Proveedores

En 2021 se realizaron dos reuniones de encuentro con proveedores. En marzo, se dio inicio al año con una jornada de evaluación del período anterior, en que se abordaron los resultados, las dificultades en tiendas y logística en el primer año de pandemia, la adaptación al nuevo escenario, logros con clientes profesionales y hogar, mejoras en tienda e innovaciones. Asimismo, se compartieron las expectativas respecto de 2021, las inversiones proyectadas y focos de trabajo. Se destacaron las cinco prioridades estratégicas al 2025: acelerar la venta digital, gestión logística, tienda del futuro, propuesta de valor omnicanal y eficiencia. Además, se profundizó en el conocimiento del cliente y Data Science, los avances en inteligencia de negocios durante 2020 y las iniciativas en ese ámbito en 2021.

En el segundo encuentro realizado en noviembre se abordaron los resultados del primer semestre del año y los avances en la estrategia de desarrollo sostenible. Se reflexionó sobre las oportunidades en materia comercial, avance de los focos de trabajo, crecimiento de clientes y programa de lealtad Círculo de Especialistas Sodimac. En materia de operaciones, se abordaron los desafíos en tiendas durante la pandemia, las mediciones de satisfacción de clientes NPS, la escasez de productos, focos e innovaciones en las tiendas y el rol logístico de éstas. En lo referente a la cadena de abastecimiento, se expusieron los desarrollos para mejorar la oferta de tiempos de entrega para clientes, los próximos desarrollos sistémicos de cara a proveedores, automatización e innovación en los centros de distribución. Asimismo, se expusieron la visión y desafíos 2022, las expectativas y prioridades para el siguiente año, con un foco en la sostenibilidad. También se abordó el retail digital, el crecimiento en ese ámbito durante los últimos años, la integración con Falabella.com y el desarrollo de la App Sodimac. Además, se presentó a Sodimac Media como un nuevo canal para que los proveedores lleguen a sus clientes, principales cifras de tráfico de Sodimac y oportunidades para los proveedores.



Transparencia Comercial Sodimac

(102-17)

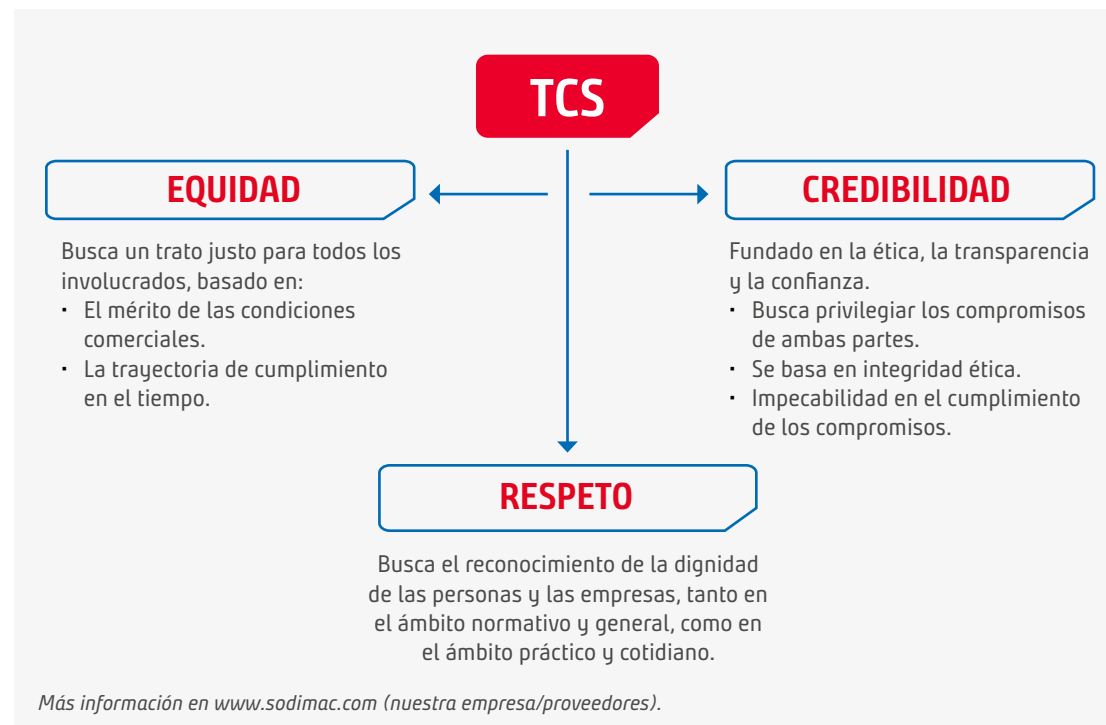
La relación y el trabajo colaborativo con proveedores es fundamental para responder a las necesidades de consumidores cada vez más informados y exigentes, dotados de herramientas legales que protegen sus derechos.

Dado lo anterior, la compañía exige a su cadena de suministro:

- Disponibilidad de productos
- Calidad y servicio
- Rentabilidad
- Diferenciación
- Confianza

La relación se rige por un marco normativo formal de autorregulación denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), a través del cual se entregan orientaciones precisas a los proveedores respecto a los siguientes aspectos:

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



Bajo estos protocolos y conforme al compromiso de Sodimac con los derechos humanos, la empresa rechaza el trabajo infantil y no opera con proveedores que empleen niños. En 2021 no hubo denuncias o prácticas de esta naturaleza en la cadena de valor. Asimismo, y para contribuir al desarrollo comercial, estabilidad y confianza de los proveedores, la política de pagos establece un plazo no mayor a 30 días, especialmente con las Pyme.

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

A través de los canales de atención y reclamos establecidos por la compañía, en 2021 se recibieron una consulta y cuatro denuncias por eventuales incumplimientos a las normas de TCS. De estas últimas, tres se descartaron y una investigación seguía en curso al cierre del año.



Evaluando a nuestros proveedores

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

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

Los proveedores nacionales e internacionales son evaluados cada año según los parámetros establecidos por Sedex en temas de salud y seguridad de los trabajadores, normas laborales, libertad de asociación, respeto de los derechos humanos y medioambiente. En 2021 se realizó una clasificación de riesgo a nivel corporativo que permitió focalizar el trabajo de auditorías y evaluaciones, que redirigió la cantidad de proveedores a evaluar en Chile y profundizar en China. En Chile se realizaron 32 evaluaciones de seguimiento de proveedores que debían mejorar las no conformidades encontradas en años anteriores, logrando un 91% de esa meta.

Para continuar las evaluaciones y no suspender el programa por el contexto de pandemia, se incorporaron evaluaciones virtuales mediante video llamadas (10 evaluaciones SVA SMETA), en los casos que no era posible realizar una evaluación presencial.

De las 32 evaluaciones realizadas, cuatro proveedores presentaron al menos una no conformidad crítica, la que deben resolver presentando un plan de acciones correctivas.

Total de Proveedores Evaluados SEDEX			
Origen	2019	2020*	2021
Nacional	122	-	32
Importado	73	12	188
Total	195	12	220

**Suspensión de la evaluación en 2020.*
Fuente: Sodimac.



Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

Sodimac solicita a su cadena de abastecimiento firmar una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre temas que incluyen ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, normas de selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. En 2021, 180 proveedores extranjeros suscribieron este compromiso.

En el caso de Chile, las condiciones y restricciones de la pandemia obligaron a suspender estas auditorías a proveedores locales. No obstante, en el año la empresa sumó 1.056 nuevos proveedores, 2 de ellos de productos

marcas exclusivas, y además, se evaluaron procesos fabriles de empresas asiáticas en materias asociadas a calidad.

Cuestionario para Proveedores (*)	2019	2020	2021
Total de proveedores extranjeros	518	562	574
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	346	144	180

Nota: Se considera a proveedores activos durante varios años.*
Fuente: Sodimac.



Calidad y seguridad de los productos

(416-1)

Apoyada en empresas especialistas en evaluación, certificación y regulación, Sodimac lleva a cabo una gestión de control de calidad de los productos -desde su incorporación hasta la post venta- destinada a cumplir

altos estándares nacionales e internacionales. De esta forma, logra un adecuado inventario en bodegas y tiendas, y también vela por la seguridad y confianza de los clientes.

Inspecciones nacionales e internacionales

(417-1)

La selección de productos y el contacto con potenciales proveedores extranjeros considera visitar sus instalaciones para constatar su capacidad y solvencia. Adicionalmente, Sodimac somete estos artículos a estrictos controles de calidad a través de firmas internacionales especializadas que examinan los procesos de fabricación en su totalidad, asegurándose que se ciñan fielmente a las especificaciones solicitadas en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado, así como a las exigencias técnicas, componentes y características funcionales, analizando cada punto requerido por Control de Calidad. En 2021 este procedimiento involucró 1.595 inspecciones internacionales.

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

Proveedores inspeccionados	2019	2020	2021
Asia	346	139	175

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales			
Estado de la inspección	2019	2020	2021
Aprobado	251	202	228
Rechazado	23	10	14
Total	274	212	242

Fuente: Sodimac.

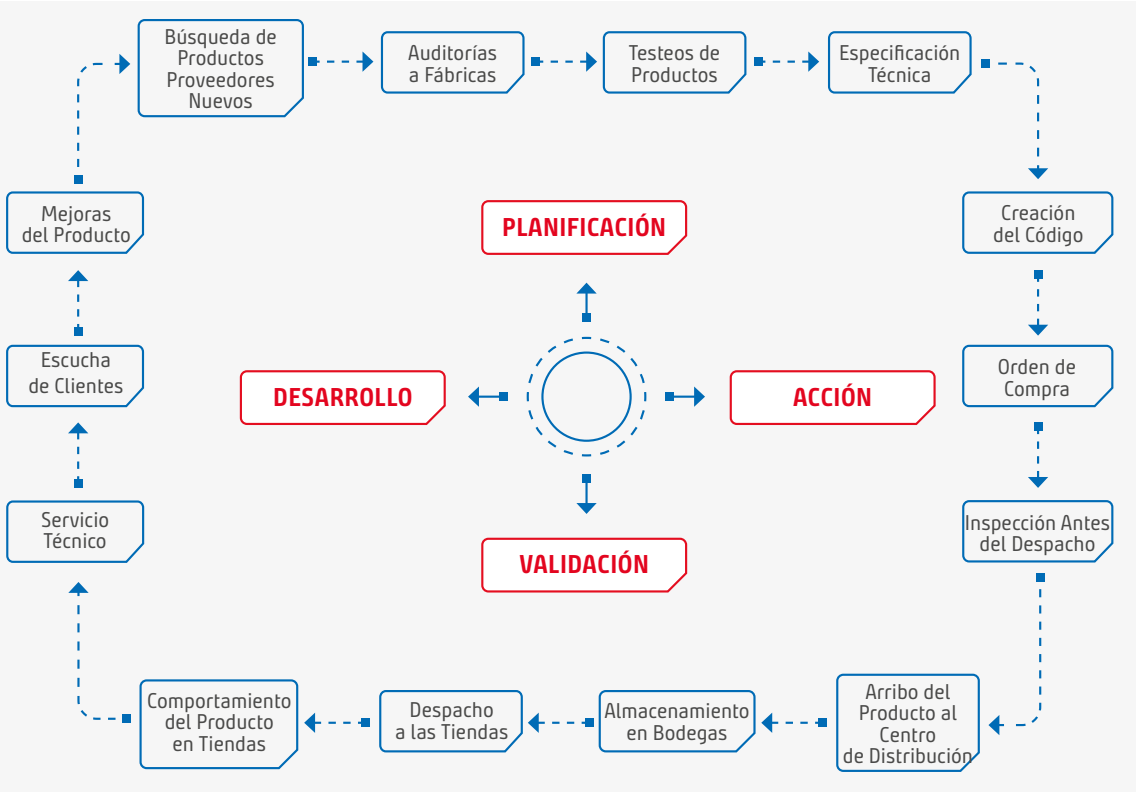
Testeo de productos

(416-1)

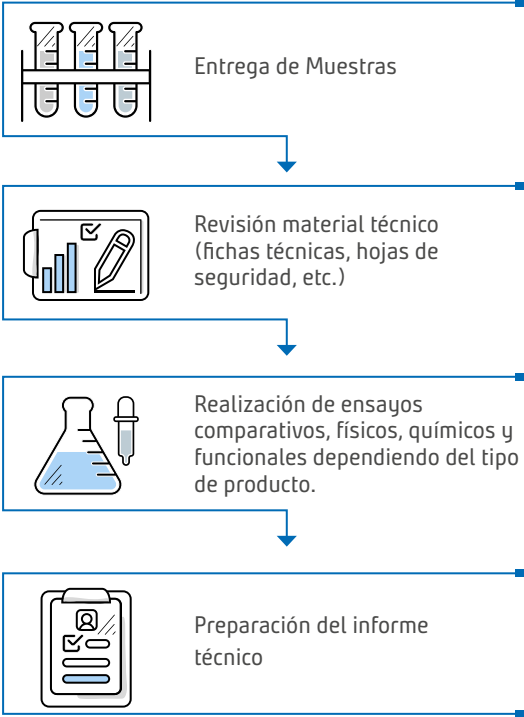
El área de Control de Calidad verifica la seguridad y usabilidad de los productos, especialmente los eléctricos y de mobiliario, a través de laboratorios nacionales y extranjeros. La empresa incentiva a que los propios proveedores realicen testeos en instalaciones externas, para tener dicho respaldo al agregar un producto a su catálogo.

Inspecciones internacionales	2019	2020	2021
Asia	2.929	4.289	1.467
Europa	-	-	-
América	111	133	128

Fuente: Sodimac.



Ciclo Testeo Interno



Testeos de Productos	2019	2020	2021
Testeos de productos en Chile	909 unidades	960 unidades	2.418 unidades

Fuente: Sodimac.

Marcas propias y soporte técnico

(416-1)

Sodimac encarga a terceros la fabricación y etiquetado de productos para sus marcas propias, asumiendo una responsabilidad mayor en cuanto a exigencias de calidad, funcionamiento y postventa. Parte importante de la labor de la Gerencia de Calidad consiste en revisar esta mercadería en las diferentes etapas de su ciclo de vida. Actualmente existen 1.262 productos de marcas exclusivas con asistencia de técnica, a los cuales se brinda servicio técnico autorizado por Sodimac mediante la red de 10 sucursales a nivel nacional de Tejocenter.

En postventa, se ofrece un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de requerimientos referidos a todos los productos de marca propia de grifería y los que funcionan con energía eléctrica o algún tipo de combustible. En 2021 se revisaron 17.440 productos de diversas categorías en el servicio técnico controlado por la empresa.

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

Laboratorio de experiencia de uso

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

Para el año 2021, dada la contingencia mundial, se evaluaron 389 productos en el laboratorio Corporativo de Control de Calidad.

Atenciones Módulo Soporte Técnico en Tienda	
2019	640.419
2020	438.493
2021	408.547

Fuente: Sodimac.

Recalls

Sodimac tiene severos protocolos para realizar revisiones preventivas o recalls de productos de marca propia que impliquen un riesgo para la seguridad de los clientes. En 2021 no hubo necesidad de realizar este tipo de procedimiento.



Innovación y Desarrollo de proveedores

Sodimac se ha caracterizado por ser pionera en la aplicación de políticas y acciones para promover el desarrollo de su cadena de valor a través de procesos de co-creación de productos y servicios que mejoren la experiencia de los clientes. En este foco la empresa genera alianzas con startups y aceleradoras de innovación corporativa, llevando a cabo programas de innovación abierta que año a año se traducen en soluciones que son integradas a la oferta de valor de la empresa.

Apoyando el ecosistema emprendedor

La búsqueda de capacidades externas para mejorar la experiencia de los clientes en tienda se potenció a partir de 2019, con el inicio de convocatorias a diferentes startups. En un principio, este proceso llevó al inicio de proyectos piloto formales con las firmas Austral 3D, Espacios Digitales y Sumatold.

Sin embargo, los desafíos impuestos por la pandemia obligaron a cambiar las prioridades de la empresa y a enfocarse en uno solo de estos proyectos, enfocado en aprovechar la infraestructura de cámaras de vigilancia para generar nueva información e inteligencia en las tiendas. El sistema opera sobre la base de IA (Inteligencia Artificial) con procesamiento de imágenes, lo que permitirá implementar nuevos usos en materia de prevención, operaciones y comercial, soluciones de aforo en línea, optimización de presencia en góndola y un mejor

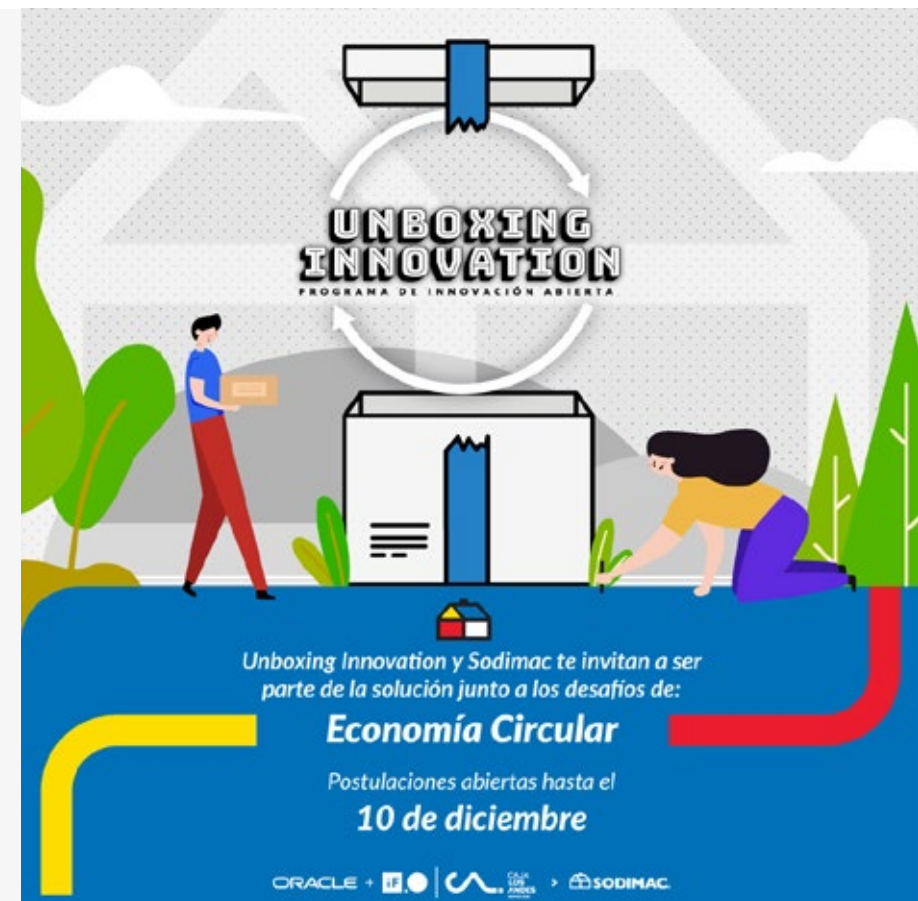
entendimiento general de los clientes que asisten a las tiendas y sus necesidades.

Sodimac, socio estratégico del programa Unboxing Innovation

En 2021 Sodimac fue elegido socio estratégico de la segunda edición del programa Unboxing Innovation, un desafío de innovación abierta que busca potenciar el ecosistema de startups en Chile, mediante la creación de soluciones en torno a la economía circular y, de esa forma, contribuir a cuidar el medioambiente.

La iniciativa es impulsada por una alianza que conforman Oracle, iF y Caja Los Andes, y por su intermedio los emprendimientos chilenos inscritos tienen la oportunidad de hacer un pitch de ventas para resolver, con sus proyectos, desafíos de negocios de diferentes empresas del medio local.

En el caso de Sodimac, las startups participantes podían presentar sus soluciones apuntando a dos objetivos: aumentar la oferta de Sodimac en productos y servicios con atributos ambientales, tanto en materiales de fabricación como en sus procesos, y además generar soluciones para dar un nuevo uso a los residuos generados por la empresa. Por esta vía, tendrán la posibilidad de convertirse en proveedores estratégicos y crecer junto a Sodimac, valorándose especialmente aquellas propuestas que, además de apoyar la economía circular, tengan un impacto social y sean escalables.



Iniciativas de desarrollo de proveedores con impacto social

Sodimac lleva a cabo iniciativas de integración en su oferta comercial de productos y servicios provenientes de medianas, pequeñas y microempresas, a menudo con el apoyo innovador de diversas startups. Se les brinda así la oportunidad de contar con una gran vitrina para la distribución y venta de sus productos.

Comercio inclusivo

Desde 2020, Sodimac opera una solución desarrollada en conjunto con la startup Lazarillo, que permite a personas con algún tipo discapacidad visual total o parcial, interactuar por videollamada con un vendedor de la empresa sin un agendamiento previo. El sistema permite que especialistas especialmente capacitados brinden orientación sobre productos, servicios, y navegación, hasta completar todos los pasos para concretar una transacción segura.

Se trata de la primera solución de sus características en el retail chileno y forma parte de los esfuerzos de Sodimac por eliminar barreras que dificulten las compras online a clientes con discapacidad, particularmente visual, marcando un precedente en el país en materia de inclusión. En ese sentido, la funcionalidad puede ayudar en el proceso de compras por Internet a más de 800 mil chilenos.

Venta online asistida

En 2021 se siguió ampliando la oferta de asesorías digitales en la tienda online Sodimac.cl, gracias al chatbot Pedro, un desarrollo en el que se aunaron capacidades con la startup chilena Videsk. Esta tecnología de venta online asistida (VOA) permite a cualquier cliente recibir la asesoría de un vendedor mediante una videollamada.

Decoración y diseño a distancia

La empresa ofrece un servicio de asesoría de decoración online (ADO), incluyendo el diseño de baños y cocinas, desarrollado en conjunto con la startup MotionDisplays. La herramienta funciona sobre la base de videollamadas agendadas con un decorador o diseñador experto, quien, mediante un dispositivo móvil, observa las áreas que los clientes desean rediseñar o reconfigurar, y con las imágenes captadas en estas reuniones remotas, los especialistas proceden a enviar luego una propuesta digital mostrando cómo quedarían dichos espacios una vez renovados.

Uso de IA para potenciar la experiencia en tiendas

A fines del ejercicio, Sodimac decidió ampliar el uso de un robot -que los trabajadores de la empresa bautizaron como "Tito"- a todas las tiendas Homecenter y Constructor del país.

Esta decisión forma parte de las iniciativas para potenciar la experiencia de los clientes. La solución de Inteligencia Artificial (IA) fue desarrollada por la startup Zippedi, y cumple la función de apoyar la gestión de operaciones en labores rutinarias, entre ellas, levantar información que permite a los equipos contar al inicio de cada jornada con datos clave para organizar su trabajo diario.

Esta tecnología, que no reemplaza la labor de las personas, sino que complementa tareas rutinarias, comenzó como un plan piloto buscando automatizar procesos y detectar errores en los precios exhibidos, revisar posibles quiebres de stock (productos faltantes) en los pasillos, además de recoger una serie de otros datos por código de producto y área de la tienda.



Nuestros Clientes



Nuestros clientes

Gracias a herramientas de escucha dispuestas en todas sus plataformas de atención, Sodimac obtiene información de primera fuente acerca de las necesidades de sus clientes, datos que se utilizan en un proceso de mejora continua para entregar una mejor experiencia de compra, una oferta de productos y servicios diferenciadora y lograr crecientes niveles de satisfacción. Durante la pandemia, se aplicaron estrictos protocolos para resguardar la salud de los consumidores en tiendas y despachos a domicilio.



Temas estratégicos

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

Hitos 2021

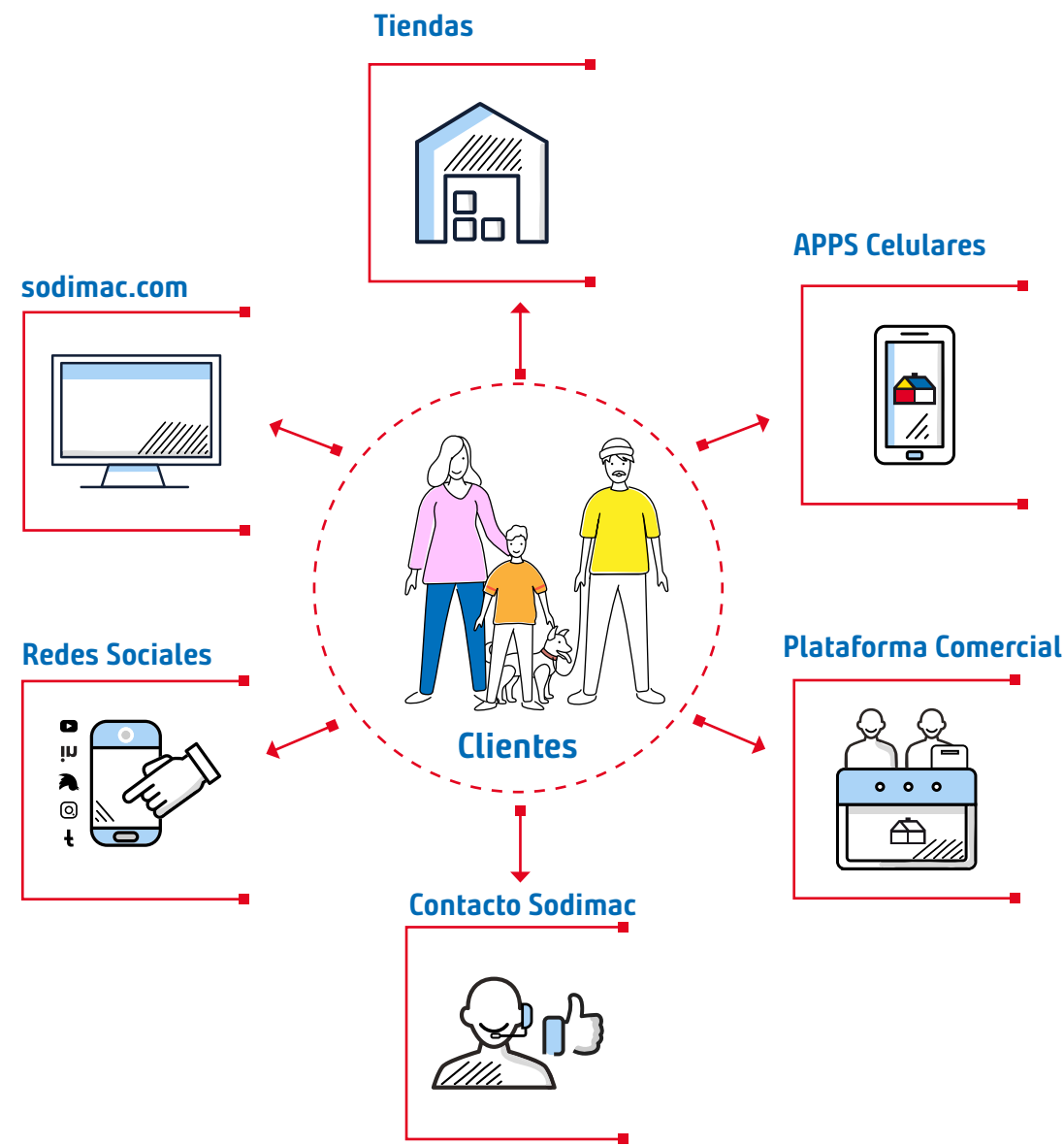
- Se implementaron en toda la Región Metropolitana los servicios de Same Day Delivery, dirigido al envío de despachos en pocas horas, y Express, para concretar entregas en menos de 90 minutos.
- En el Cyber Monday 2021 Sodimac aumentó en dos puntos su participación de mercado, llegando al 8,9% de las ventas totales del evento en Chile.
- En el segundo semestre, Sodimac terminó la incorporación al sitio Falabella.com.
- Sodimac Chile recibió el Sello COVID-19 ACHS por la gestión preventiva en toda su operación en el país para el manejo de la pandemia en tiendas, cadena de abastecimiento y oficina central.
- Se llevó a cabo la novena versión de la Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas de Sodimac Constructor, el mayor evento de su tipo en Chile, en versión 100% online.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Experiencia de Compra

Para Sodimac es una prioridad generar valor a los clientes a través de una estrategia de omnicanalidad que permite a la empresa estar alineada con los cambios que el proceso de transformación digital y la masificación del comercio electrónico han causado en los hábitos de consumo.



E-commerce y estrategia de omnicanalidad en pandemia

El escenario generado por la pandemia y las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias para contener el COVID-19 siguieron planteando el desafío de profundizar los desarrollos orientados a entregar a los clientes una mejor experiencia física y digital (figital) a partir de los activos más valiosos: el canal online y la cobertura de tiendas existentes a lo largo de Chile.

En particular, el año estuvo marcado por la consolidación de las ventas remotas, con importantes aumentos de ventas durante el período pese a la alta base de comparación que estableció el crecimiento logrado en 2020. Esto se consiguió gracias a una serie de mejoras en el sitio web y en las áreas de despacho y retiro en tienda, que permitieron reducir en un 30% los tiempos de entrega a clientes.

También se implementó en toda la Región Metropolitana el servicio de Same Day Delivery, dirigido al envío de despachos en pocas horas, y el Express, que apunta a concretar entregas en menos de 90 minutos. El plan es habilitar ambos mecanismos en regiones durante 2022.

Adicionalmente, se consolidaron otras iniciativas de valor agregado, como el retiro de productos desde el vehículo, servicio que se ofreció en más de 40 tiendas, y se avanzó en la automatización de los Click and Collect, llegando a cinco tiendas automatizadas, entre ellas dos con servicio al auto.

Lo anterior no hubiese sido posible sin una permanente preocupación por perfeccionar los procesos de distribución

En 2021, Sodimac Chile participó en dos eventos Cyber con muy buenos resultados, con ventas récord para la compañía. En el Cyber Monday de octubre, aumentó en dos puntos la participación de mercado, llegando al 8,9% de las ventas totales del evento en el país.

logísticos-comerciales y la usabilidad del sitio web. También, de ir incorporando nuevos desarrollos tecnológicos y efectuar un reentrenamiento constante de los equipos para mejorar la experiencia de compra online.

Por otro lado, en 2021 y dada la continuidad de la pandemia, la empresa se preocupó de no exponer a sus trabajadores, clientes y proveedores a situaciones que pusieran su salud en peligro, flexibilizando los horarios de las tiendas para adecuar turnos y mantener en sus hogares al personal perteneciente a los grupos de riesgo. Para las ventas en lugares físicos se siguieron aplicando los protocolos de la campaña "Tienda Sana", consistentes en adaptar los recintos para recibir a los clientes con todos los resguardos necesarios para evitar contagios de COVID-19, partiendo por los requerimientos base de la autoridad, más acciones de resguardo adicionales y priorizando el comercio electrónico, con un protocolo de entrega sin contacto para los pedidos.

En tanto, comprendiendo el fuerte impacto de la pandemia en la vida cotidiana y la situación económica de las

personas, Sodimac mantuvo medidas adoptadas en 2020 con el fin de alivianar la carga que pesaba sobre las familias flexibilizando los plazos para hacer reclamos y la exigencia de garantías. Adicionalmente, la compañía compensó a los clientes cuando, a raíz de las restricciones sanitarias, no se pudo cumplir con los plazos de entrega.

Crecimiento en la web

En el segundo semestre de 2021, Sodimac se incorporó al sitio Falabella.com. Las visitas al sitio fueron más de 300 millones, con sobre 4,5 millones de transacciones. Entre las categorías más destacadas sobresalen muebles, línea blanca, herramientas, pisos, techumbre, puertas, ventanas, casa inteligente, aseo y electricidad, con crecimientos por sobre el 50% respecto a 2020. Esto reflejó que tanto las categorías del mundo hogar como profesional están migrando de manera relevante al mundo digital.

Cabe destacar que el uso de la plataforma de e-commerce Catalyst, habilitada el año anterior, ha contribuido a

mejorar la navegación, así como la implementación de Cyber Source, una herramienta de clase mundial para evitar fraudes y optimizar los procesos de pago y validación. También se observó un creciente uso del sistema FPAY como medio de pago en el check out del sitio.

En 2021, la empresa duplicó su garantía de precios, entregando descuentos de 20% a los clientes que encontraran un producto idéntico a menor precio en un local competidor. A su vez, la empresa ha sido pionera en habilitar la garantía de precios en su canal web, lo que permite a cualquier cliente en todo el país exigir este derecho (mediante un formulario simple) y acceder a este descuento. Sodimac es la única empresa en Chile que ofrece esta posibilidad.



Más y mejores funcionalidades en la App

Durante el período reportado la App de Sodimac agregó funcionalidades que generaron mayores ventas y una mejor experiencia de compra en tiendas.

Ejemplo de lo anterior fue la implementación en distintos locales del sistema Scan&Go para poder escanear productos, pagarlos a través del celular y retirarse sin pasar por caja. Además, se aplicaron estrategias para potenciar su uso en las tiendas. En los períodos con mayores restricciones debido a la pandemia, se generaron más de 1,5 millones de agendamientos a tiendas previos a través de la App.

- 63 millones de visitas y 2,8 millones de descargas registró la App Sodimac en 2021.
- 1 millón de transacciones se efectuaron a través de la App, 260% más que en 2020.
- 23% de las ventas online se realizaron por medio de la App.
- Sobre 4/5 estrellas fue la valoración lograda en las App Stores de Android e IOS.

Impulso a la agenda digital

La empresa logró avanzar en importantes iniciativas relativas a transformación digital, entre ellas el lanzamiento de Sodimac Media, un nuevo modelo de negocios para conectar con proveedores y clientes de manera diferenciada, con acciones exclusivas por marca, a través de un portafolio

atractivo de productos y publicidad en tiendas. También se creó un nuevo marketplace de servicios orientado al maestro especialista y se reforzó el compromiso con los precios bajos a través de la garantía online.

Asimismo, se duplicaron los contenidos digitales con el fin de que los clientes hogar y profesionales aprovecharan la plataforma para completar sus proyectos. Esto significó sumar al sitio más de 130.000 fotografías de productos y sobre 50.000 descripciones emocionales a las fichas web. Además, se potenció la asesoría online para segmentos de decoración, baño, cocina y pintura.

Escuchando a los clientes

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

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

Satisfacción de los clientes (102-43)

La empresa emplea el sistema de gestión Net Promoter Score (NPS) para medir el nivel de satisfacción y calidad de la experiencia que perciben los clientes en sus tiendas, canales de comercio electrónico y área de Venta Empresas. Esta retroalimentación se analiza diariamente y permite introducir mejoras en procesos, en la propuesta de valor, en el estándar de servicio y realizar cambios en la infraestructura física y tecnológica, entre otras acciones.

La calidad de servicio medida en el indicador de satisfacción de clientes (NPS) de Sodimac tuvo un alza considerable de más del 40% en 2021 respecto al año anterior, mostrando una recuperación continua a partir de mayo, con el mayor peak en los meses de octubre y noviembre. Esta alza se debe a la aplicación de diferentes iniciativas orientadas a mejorar la experiencia de clientes a nivel omnicanal (tiendas y venta a distancia), concentrándose principalmente en tiendas y la cadena de abastecimiento (servicio de despacho).

En esta misma línea, en septiembre se retomó la medición del NPS interno (NPS del empleado), lo que permite hacer un levantamiento y generar iniciativas desde el punto de vista del colaborador, para mejorar la experiencia de clientes. Este NPS se suma al NPS operacional (el tradicional, cuya encuesta es contestada por el cliente) y el NPS estratégico (que permite tener un comparativo tipo benchmark con la industria).

Gestión de requerimientos y reclamos

La Gerencia de Atención a Clientes aplica un mecanismo de gestión destinado a procesar y responder cualquier solicitud, consulta, felicitación, sugerencia y reclamo presentado por los clientes. Durante 2021 e influenciado por la crisis sanitaria, los requerimientos alcanzaron un total de 1.144.048, con un alza de un 43%, estos ingresaron vía internet, call center o por escrito a través de buzones, Sernac, entre otras plataformas. Para dar respuesta, se mantuvo un equipo de atención de clientes reforzado, al igual que las capacidades del call center.

Año	Requerimientos de clientes (*)
2019	228.580
2020	642.638
2021	1.144.048

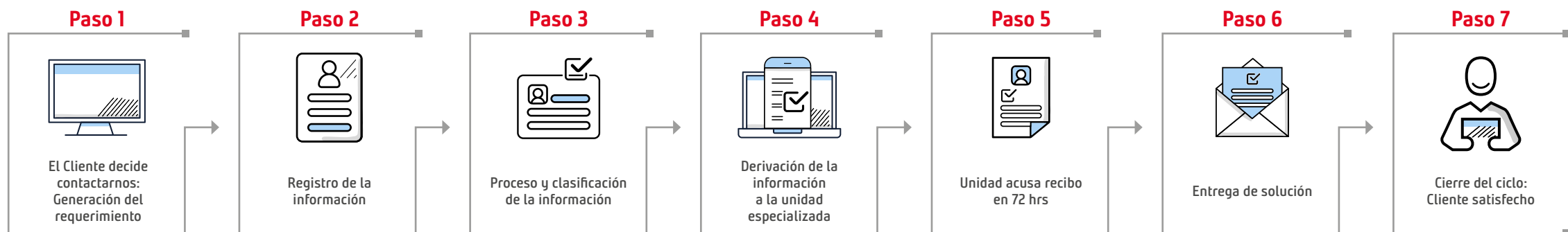
Fuente: Sodimac.

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

Ámbitos de requerimientos	2019	2020	2021
Reclamo	62%	69%	34,2%
Solicitud	25%	27%	19,4%
Consulta	8%	3%	46,1%
Felicitaciones	6%	1%	0,3%
Sugerencia	0,2%	0,1%	N/A

Fuente: Sodimac





Áreas de Reclamos	2019		2020		2021	
	N°	%	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	62.808	45%	268.016	60%	235.580	60,15%
Internet	31.047	22%	129.311	29%	26.628	6,80%
Productos	16.726	12%	12.627	3%	1.086	0,28%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	13.611	10%	9.812	2%	26.081	6,66%
Área ventas	6.265	4%	8.312	2%	352	0,09%
Otros	3.898	3%	8.334	2%	504	0,13%
Otros servicios de tienda	3.659	3%	6.705	2%	6.037	1,54%
Área cajas	2.956	2%	1.707	0%	5.979	1,53%
Postventa	-	-	-	-	89.410	22,83
Total	140.970	100%	444.824	100%	391.657	100%

Nota: Se muestra una diferencia entre las áreas de reclamos 2021 y sus años anteriores. Desde abril 2021 los requerimientos/reclamos se ingresan a una nueva plataforma llamada Salesforce.

Fuente: Sodimac

Convenio Sodimac–Sernac

La empresa tiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) que facilita la gestión de reclamos de clientes. El sistema opera mediante una plataforma que permite recibir una notificación inmediata al llegar requerimientos a la repartición. Sodimac, a su vez, se compromete a responder en un plazo máximo de siete días hábiles. En 2021, los reclamos a Sernac fueron 29.147 (inferior a los 33.936 reclamos de 2020), de los cuales 16.246 (56%) corresponden a reclamos por postventa; 8.520 (29,37%) a reclamos por despachos y 1.887 (6,50%) a reclamos a compras en sitio web.

Procedimiento Voluntario Colectivo para compensar a clientes

Desde el inicio de las restricciones por la emergencia sanitaria, Sodimac buscó soluciones para responder a sus clientes de comercio electrónico que fueron afectados por problemas tales como demoras en despachos de productos o en el proceso de devolución de dinero. En esa línea, la empresa trabajó desde mayo junto al Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) para buscar la mejor solución posible, lo que se reflejó en una propuesta compensatoria que fue aprobada en diciembre tras una consulta ciudadana y que beneficia a alrededor de 75 mil clientes, compensaciones que serán pagadas durante 2022.

Este acuerdo se dio en el marco de un Procedimiento Voluntario Colectivo, en el que Sodimac buscó siempre colaborar y hacerse cargo responsablemente. En paralelo, en el último año se tomaron una serie de medidas correctivas que permitieron mejorar notablemente los niveles de cumplimiento. De hecho, al cierre del año alrededor del 60% de los despachos de comercio electrónico se realizó en menos de 48 horas.



Comercio y marketing responsable

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

Construcción de marca

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

Este esfuerzo de posicionamiento recibe un constante feedback a través de distintas mediciones. En 2021 destacan:

- > 2º lugar en el estudio I-CREO, marcas en las que más confían los chilenos.
- > 1er puesto en retail hogar de Merco Empresas Reputación Corporativa y 13º a nivel general.

- > 1er puesto en Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo, sector retail y 7º en el ranking general.
- > 1ra ubicación en retail y 11ª a nivel general, estudio Reputación Corporativa de Ipsos e INC Consultores.
- > 1er lugar sector retail en ranking Marcas Ciudadanas de Cadem.
- > 1er lugar en el ranking Chile 3D como marca retail Mejoramiento del Hogar.
- > 1ra ubicación en la Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2021, desarrollada por la Fundación Trascender y Critería.
- > 4º lugar en “Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres” en el ranking internacional Great Place to Work (GPTW), 12º en “Mejores Lugares para Trabajar en Chile 2020, ambos en la categoría organizaciones con más de 1.000 colaboradores.
- > 1er lugar en el sector de Mejoramiento del Hogar en el Ranking Most Innovative Companies Chile 2021 del ESE Business School, en alianza con el diario El Mercurio y la consultora MIC Innovation.

Sodimac Chile, además, recibió el Sello COVID-19 ACHS por su gestión preventiva en toda su operación en el país para el manejo de la pandemia en tiendas, cadena de abastecimiento y oficina central.

Un hito importante fue la llegada de Sodimac a TikTok, red social donde la empresa se conecta con las audiencias más jóvenes, con una muy buena recepción. La comunidad creció rápidamente y cerró el año con 231.800 seguidores.

Ética publicitaria

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

Datos personales y seguridad de la información (418-1)

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

En 2021 no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

Procesos de retiro de productos (recalls) (416-1; 416-2)

La responsabilidad de la empresa hacia sus clientes implica el inmediato cese de la venta y el retiro preventivo de cualquier producto que pueda significarles un riesgo. Esta política incluye la coordinación con los proveedores para que adopten las medidas correctivas que correspondan, según la normativa vigente. Con la mercadería comercializada bajo marca propia se pone un especial énfasis en este tipo de procedimientos. En 2021 no hubo casos que requirieran aplicar estos protocolos.

Más información en capítulo Proveedores de este Reporte.



Normativa legal y causas judiciales

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

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

Durante el año la empresa recibió 158 causas relacionadas con demandas de consumidores, lo que representa un alza respecto a las causas de 2020. En total se cerraron 151 juicios notificados en 2021 y años anteriores.

Educación y consumo responsable

(413-1)

Sodimac se ha comprometido con el desarrollo sostenible aplicando una estrategia de economía circular que considera los ámbitos de diseño, empaque, reciclaje y reutilización de productos.

Como parte de la iniciativa “Cuidemos La Casa de Todos”, al cierre de 2021 Sodimac contaba con casi 4.700 productos y servicios sostenibles. Los productos sostenibles deben cumplir normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad para poder incorporar una rotulación especial. Hay productos en diferentes categorías: los que permiten ahorrar energía y agua; aquellos elaborados con contenidos reciclados, que son biodegradables o reutilizables o rearmados; los fabricados cuidando los

recursos naturales y que informan su impacto ambiental; y los que ayudan a un ambiente interior sano y libre de Compuestos Orgánicos Volátiles (COV). Además, se incluyen artículos inclusivos, elaborados por pequeños productores o que apoyan causas solidarias.

Adicionalmente, se participa en diferentes campañas que buscan generar conciencia y aportar a la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático, entre ellas, “La Hora del Planeta”, “Pacto por los Plásticos” y “6D” para la reforestación del Cerro Renca.

Más información en capítulo Medioambiente de este Reporte.

Círculo de Especialistas Sodimac

El 2021 se siguió fortaleciendo la relación con el cliente profesional, llegando a los 600 mil socios del Círculo de Especialistas de Sodimac Constructor (CES+CMR Puntos). Esto permite tener una relación activa con este segmento,

escuchar sus necesidades para responder con acciones concretas. Se siguieron desarrollando nuevos canales de contacto con este segmento, tales como el WhatsApp PRO, para poder atenderlos en tiempo y forma, herramienta que permite una inmediatez en la relación.

Además, el canal de YouTube dedicado al Especialista de la Construcción continuó encantando a este público y se llegó a obtener más de 67.600 suscritos dispuestos a capacitarse con este tipo de proyectos. El alto nivel técnico del contenido ha hecho que los dos videos más vistos sean relacionados a costaneras de techumbre y perfiles de acero galvanizado, con más de 68.000 y 65.000 visualizaciones respectivamente.

Por otro lado, se otorgaron 3.330 becas para maestros y se realizaron 343 cursos online y 7 cursos semipresenciales con INACAP.

Más información sobre CES en www.circulodeespecialistas.cl.

Causas Judiciales – Demandas	2019			2020			2021		
Concepto	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia
Incumplimiento de Entrega	23	13	\$3.303.615	19	11	\$2.041.780	57	65	\$13.370.255
Otros	18	10	\$43.944.342	15	20	\$100.000	42	42	\$43.815.897
Producto, Información y etiquetado	12	19	\$4.061.610	2	21	\$1.130.644	38	25	\$312.864.309
Salud y seguridad	25	27	\$44.750.493	6	38	\$23.757.730	20	16	\$43.500.110
Publicidad y marketing	-	-	-	6	5	\$350.206	1	3	-
Total general	78	69	\$96.060.060	48	95	\$27.380.360	158	151	\$413.550.571

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

Fuente: Sodimac.

Actividades del CES	2019	2020	2021
N° de socios nuevos	388.000	253.897	350.915
N° de socios certificados SEC	60	Suspendido*	Suspendido*
N° de capacitados	495	2.593**	20.618****
N° de becados	2.773	16.134***	3.330*****

*En 2020 y 2021 no se pudieron entregar, ya que requiere una prueba presencial que no fue posible realizar por contexto pandemia.

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

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

**** Capacitaciones Zoom, Talleres Online y Cápsulas Online.

*****Socios que participaron en E Learnings (9) y Becas Inacap (7)



La Gran FERIA de Capacitación de Sodimac fue reconocida en 2021 por la cumbre “De Esta Salimos Juntos Latinoamérica; Resiliencia y Sostenibilidad para nuestras Ciudades”, organizada por distintas organizaciones.



Gran FERIA de Capacitación para Maestros Especialistas

La pandemia no impidió realizar una nueva versión de la Gran FERIA de Capacitación de Sodimac, evento que se organiza todos los años para capacitar a maestros de la construcción y que, en 2021 y por segundo año consecutivo, se realizó en formato 100% digital a lo largo de tres días, convocando a más de 100 mil conectados que participaron activamente en las capacitaciones y charlas. Los participantes pudieron interactuar con más de 60 stands interactivos de proveedores, accediendo a las últimas novedades en tópicos de construcción. Además, se habilitó un espacio llamado Red de Contacto, que busca promover el trabajo colaborativo y ampliar sus posibilidades de trabajo.

- 15% de los visitantes a la Gran FERIA de Capacitación fueron especialistas mujeres.

Los maestros tuvieron la oportunidad de asistir durante las diferentes jornadas a 115 cursos online a cargo de empresas

proveedoras y recibir sobre 300 mil capacitaciones sobre temas tributarios, de emprendimiento y cursos Sence, entre otros. También se realizaron 48 eventos en formato Lives en nuestro Fanpage Sodimac Constructor en Facebook para brindar capacitación técnica, algunos de los cuales tuvieron convocatorias superiores a los 3 mil espectadores.

Hágalo Usted Mismo y Decolovers

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

En medio de la pandemia, Sodimac desarrolló contenidos especialmente concebidos para entregar asesoría a las audiencias y clientes durante las etapas de confinamiento, con el fin de que las personas pudiesen aprovechar dichos

períodos aprendiendo técnicas para reducir el consumo de servicios básicos y realizando mejoramientos en sus hogares. En el caso de los especialistas, el objetivo fue que pudiesen mantener la continuidad de su trabajo.

La comunidad del HUM.cl continuó demostrando una alta preferencia del público amante del Do It Yourself, con más de 1,4 millones de usuarios en 2021. Asimismo, el canal de YouTube del HUM mantiene más de 2,1 millones de suscriptores. Este año se estrenaron tres videos importantes en el marco de la accesibilidad universal: “Cómo hacer una ducha con accesibilidad universal”; “Cómo adaptar elementos en casa”; y “Barras de seguridad”. Esto con el objetivo de entregar asesoría que permita que cualquier casa de Chile pueda convertirse en una opción que entregue calidad de vida a las familias que lo requieran, con pequeños ajustes.

En 2021 se nutrió a las RRSS de contenidos relevantes relacionados a los proyectos Hágalo Usted Mismo. Asimismo, se iniciaron interacciones más lúdicas con concursos y sorteos que engancharon positivamente con las audiencias, contribuyendo a una mayor cercanía.

Para fortalecer la presencia en el mundo de la decoración, inspiración y proyectos, se potenció la plataforma digital de comunicación y comunidad “Decolovers”. El blog del mismo nombre cerró 2021 con más de 811.000 usuarios que lo visitaron, y además se transformó la cuenta de Instagram de Homy en Sodimac-Decolovers, red social que tiene 373.000 seguidores.

Más información en hagaloustedmismo.cl y sodimac.decolovers.cl

Debido a la continuidad de la pandemia, los talleres para niños Manitos a la Obra, que se realizaban en las tiendas, siguieron suspendidos. En el caso de los talleres Hágalo Usted Mismo (HUM) en Comunidad, que se organizan en conjunto con la fundación Proyecto Propio para contribuir a mejorar la calidad de vida en los territorios, se pudieron ejecutar seis talleres en tres sedes vecinales de los proyectos de vivienda definitiva entregados por Techo Chile durante el 2020 y 2021. Además, los contenidos están disponibles para la comunidad en el canal de YouTube.



Compromiso con el **Medioambiente**



Compromiso con el medioambiente

Sodimac impulsa un conjunto de acciones buscando contribuir a la lucha contra el cambio climático, adoptando iniciativas como medir, reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, entre otras, y desarrollando iniciativas para crear consciencia en toda su cadena de valor sobre el cuidado del planeta.



Temas estratégicos

- Cambio climático
- Ecoeficiencia operacional
- Residuos y circularidad
- Logística sostenible

Hitos 2021

- Sodimac, además de medir la Huella de Carbono de la operación bajo control y la cadena de valor, realizó una primera medición de los productos que comercializa. Este es un gran hito, que permitirá gestionar de mejor manera el impacto de la cadena de proveedores, del uso y disposición al final de vida de los productos que pone en el mercado.
- La empresa se sumó al programa “Acelerador de la Ambición Climática” de Pacto Global de Naciones Unidas.
- Por tercer año consecutivo, Sodimac obtuvo el Sello de Excelencia, la distinción más alta otorgada por el programa nacional de cuantificación y gestión de la huella de carbono corporativa HuellaChile, del Ministerio de Medio Ambiente. Fue la única compañía del sector retail en recibir esta distinción,

junto a los sellos de Cuantificación y Reducción de GEI, por su compromiso y acciones para reducir el impacto de sus emisiones.

- Gracias a sus avances en electromovilidad, Sodimac obtuvo nuevamente la certificación otorgada por el programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), distinción que reconoce a las empresas generadoras de carga que movilizan al menos un 50% de su carga en camiones con sello Giro Limpio.
- La empresa inauguró uno de los mayores parques privados de paneles solares en estacionamientos del país, como parte de una profunda renovación de sus oficinas centrales ubicadas en Renca.
- En 2021 un total de 47 instalaciones de Sodimac Chile contaban con sistemas de paneles fotovoltaicos, completando todas las factibles técnicamente de proveerse de energía mediante esta tecnología.

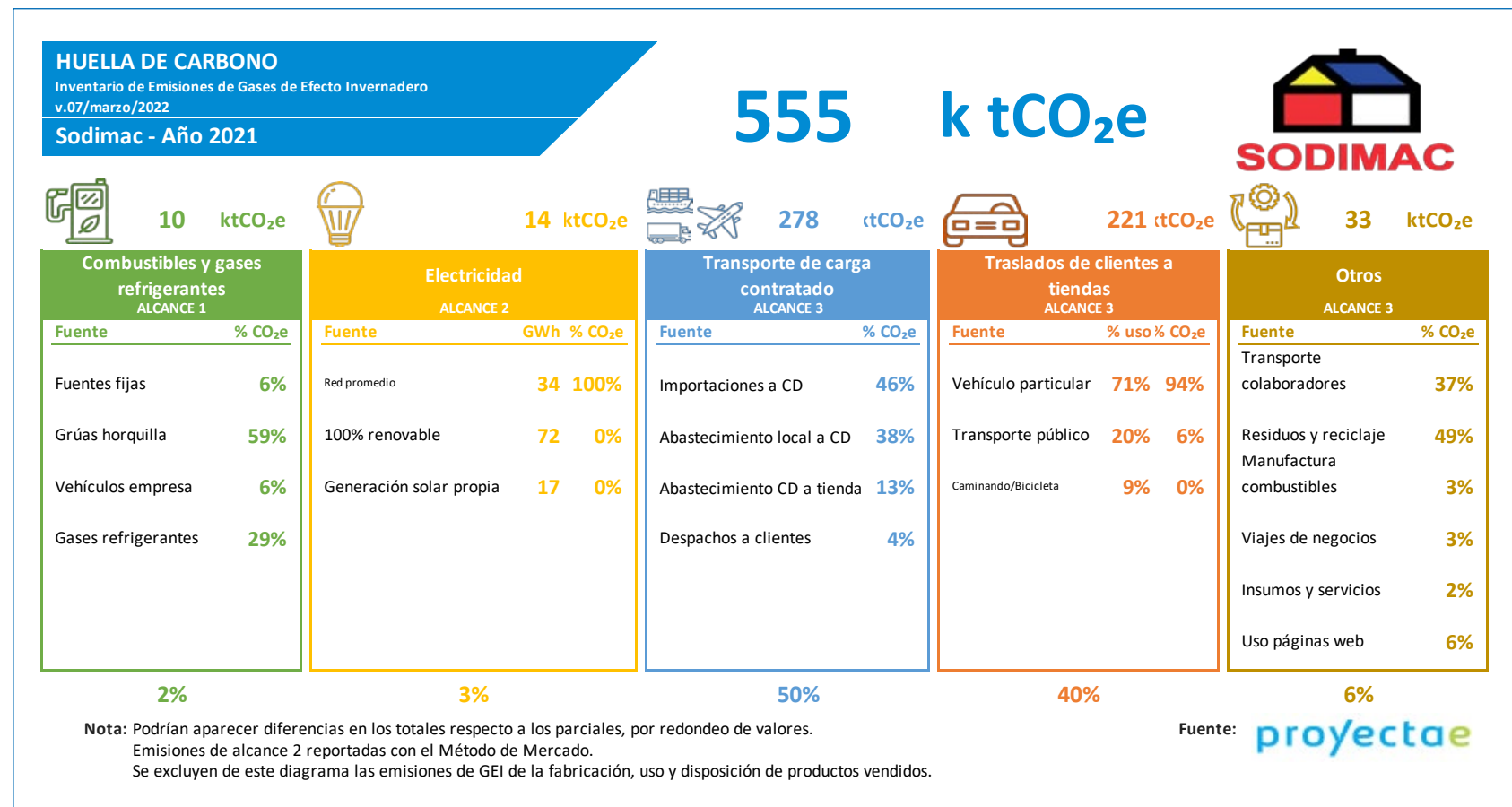
Objetivos de Desarrollo Sostenible:



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

La medición incluye los siguientes alcances:

- **Alcance 1:** emisiones directas por uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en fuentes controladas o propias.
- **Alcance 2:** emisiones indirectas por consumo eléctrico en las infraestructuras de la compañía (tiendas, oficinas y bodegas).
- **Alcance 3:** emisiones indirectas originadas por transporte de productos, traslados de los clientes a las tiendas, traslado de los trabajadores, manufactura de insumos operacionales de locales y oficinas corporativas, disposición de residuos y reciclaje, viajes de negocios, comercio electrónico y producción de combustibles.



Sodimac y la distribuidora Enel X anunciaron en 2021 un acuerdo que favorecerá la masificación de la electromovilidad en Chile mediante la instalación de 30 nuevos puntos de carga para vehículos eléctricos a nivel nacional al 2023, cada uno de los cuales contará con dos tomas para vehículos, los que serán de acceso público para clientes y la comunidad en general en estacionamientos de tiendas Homecenter, y también en centros de distribución de Sodimac y su oficina central.



En 2021, la medición arrojó los siguientes resultados:

- La Huella de Carbono, en los alcances medidos históricamente, resultó de 555 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (ktCO₂e). Esto representa un aumento de 31% en las emisiones totales respecto a 2020 dada la mayor actividad de transportes de carga y traslados de clientes, como consecuencia de menores restricciones asociadas a la pandemia. Al comparar de manera unitaria, se aprecia una reducción de 5% en el indicador Emisiones GEI alcance 1+2+3 /ventas totales de 5,9 a 5,6 kgCO₂e/UF vendida de 2020 a 2021.
- Sodimac, además incluyó un primer cálculo del impacto de los productos comercializados (fabricación, uso y fin de vida). Se identificó que el impacto representa un total de 2.289 ktCO₂e, es decir cuatro veces el impacto del resto de la operación (más información en Anexo Emisiones GEI). Durante el 2022, se trabajará en una Hoja de Ruta para gestionar el impacto de esta nueva fuente de emisión, lo que requerirá acciones colaborativas con la cadena de proveedores.
- La suma de ambos impactos resulta en un total de 2.845 ktCO₂e, el cual se presenta en el anexo, junto con información de los últimos años y otros indicadores complementarios.
- Continuó la ejecución de distintas acciones de gestión de la Huella de Carbono, de forma interna y en colaboración con proveedores, incluyendo despachos carbono neutral; instalación de paneles solares; compra de energías renovables, sistema de monitoreo y gestión de la energía; recambio de luminarias por tecnología LED; ecodiseño en envases y embalajes; recuperación de pallets para proceso de Mulch y compost, y uso de radiotaxi carbono neutral para trabajadores. Así se logró evitar y/o compensar la emisión de 45 mil tCO₂e, lo que equivale a un 9% de la Huella de Carbono.

Comercio electrónico carbono neutral

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

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

Esta iniciativa fue muy relevante en 2021, dados los históricos niveles alcanzados por el comercio electrónico a raíz de las restricciones a la movilidad y períodos de confinamiento provocados por la pandemia. En ese contexto, el despacho de productos se transformó en una solución imprescindible.

Como resultado, durante el año 2021 Sodimac compensó 183.733 viajes con despachos directos a domicilio (151.670 en 2020), transportando 4.331.421 reservas (versus 3.559.331 el ejercicio anterior), neutralizando un equivalente de 9.889 tCO₂e.

Más información en www.scx.cl





Avances en electromovilidad

La empresa logró importantes progresos en electromovilidad a lo largo del año, destacando el uso de camiones eléctricos para los despachos de última milla y abastecimiento de tiendas. Por iniciativas como esta, Sodimac obtuvo nuevamente la certificación otorgada por el programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), distinción que reconoce a las empresas generadoras de carga que movilizan al menos un 50% de sus cargamentos en camiones con sello Giro Limpio; es decir, que pertenezcan a firmas transportistas comprometidas con la eficiencia energética y la disminución de emisiones. La empresa apoya a firmas contratistas de transporte para el cambio a esta tecnología.

Complementariamente, la compañía instaló un punto de carga en su principal centro de distribución de Lo Espejo,

comuna de Cerrillos, apuntando a la meta de tener 30 de ellos en tiendas, oficina central y bodegas al 2023. También se habilitaron puntos de carga públicos en los Sodimac Homecenter de La Reina, Quilín (Peñalolén), Las Condes, Temuco, Puerto Montt, Castro y Antofagasta, buscando fomentar el recambio tecnológico en clientes. El plan es llegar a todas las regiones de Chile en 2022.

Adicionalmente, se lanzó un servicio para la instalación de cargadores para vehículos eléctricos en los hogares de los clientes, lo que permite tener un cargador inteligente con mayor rapidez que un cable tradicional conectado a la corriente domiciliaria.

Cabe resaltar que en 2021 la empresa volvió a suscribir el Acuerdo por la Electromovilidad, compromiso que reunió a actores públicos y privados para un trabajo colaborativo y coordinado con miras a ser un país Carbono Neutral.



Eco eficiencia operacional

Por protocolo interno, toda nueva tienda o edificación asociada a las operaciones de Sodimac contempla lineamientos internacionales de desarrollo sustentable

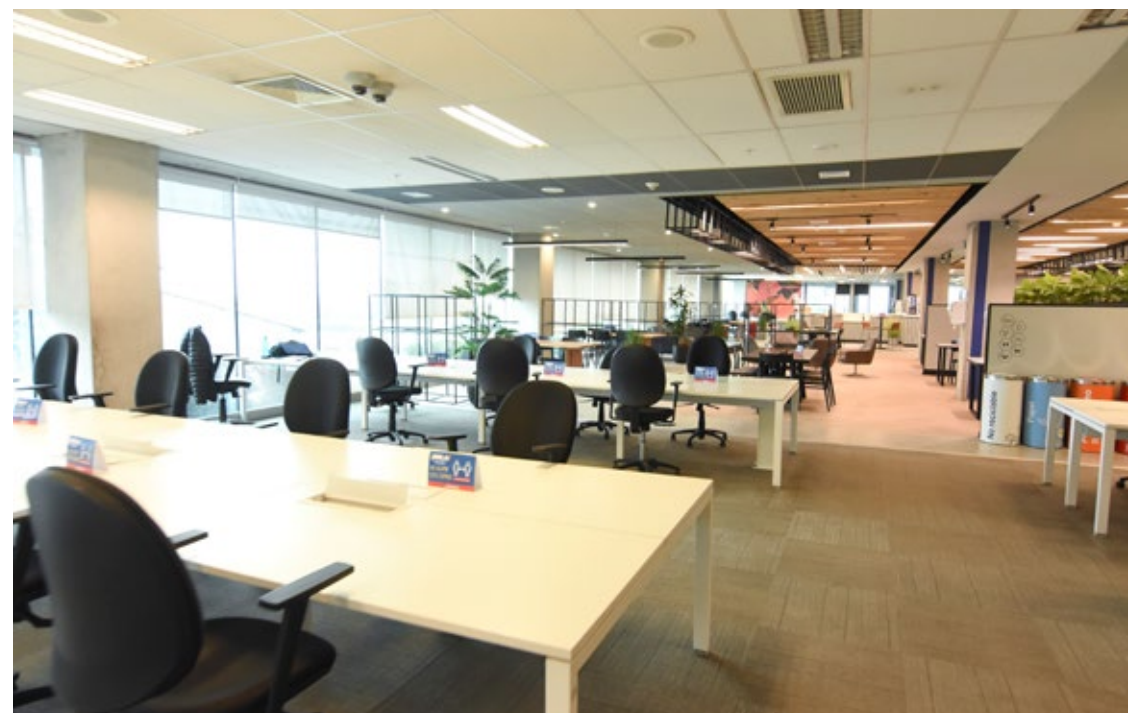
basados en las directrices de US Green Building Council, con estándares arquitectónicos y de infraestructura que propicien un uso eficiente de los recursos.

Casa matriz sustentable

En su intención de convertirse al 2030 en el primer retailer de Chile carbono neutral, la empresa efectuó una profunda renovación en sus oficinas centrales ubicadas en la comuna de Renca, donde trabajan más de mil personas. Si bien ya contaban con estándares de construcción sustentable, el interior de estas instalaciones fue rediseñado con el fin de crear un espacio de cowork más horizontal, moderno, flexible, colaborativo y sostenible.

El proyecto también incluyó la construcción de uno de los mayores parques privados de paneles solares en estacionamientos del país. La infraestructura, habilitada por la empresa Solarity, generará alrededor del 40% de lo que consume el edificio central, mientras que el 60% restante proviene de energías renovables no convencionales (ERNC) gracias a un acuerdo suscrito por el grupo Falabella. Sus más de 900 módulos fotovoltaicos generarán anualmente una energía estimada de alrededor de 700.000 kWh, evitando la emisión de 264 tCO₂e al año, equivalente al consumo de energía eléctrica de 332 casas.

En el lugar se incorporaron, además, seis puntos de carga de vehículos eléctricos para el uso de trabajadores y visitantes, como parte del programa corporativo para avanzar en electromovilidad.



Avances en energías limpias

Durante los últimos años, la compañía ha desarrollado un plan dirigido a abastecerse crecientemente con energías renovables no convencionales (ERNC).

Al cierre de este reporte, ya se abastece en un 90% con energías limpias en Chile, a través de un acuerdo suscrito por el grupo Falabella con Enel, el que significó un total cercano a 78 GWh en 2021 (equivalente a evitar la emisión de 28 ktCO₂e, cifra igual a un 5% de la huella de carbono de la compañía), y por la instalación de paneles solares en las instalaciones de Sodimac, proyectándose completar el 100% dentro de los próximos años.

En 2021, se instalaron sistemas fotovoltaicos en 4 tiendas, completando 47 instalaciones en el país, que son todas las factibles técnicamente. Su funcionamiento permite inyectar cerca de 16 GWh, evitando la emisión 6 ktCO₂e. Adicionalmente, se están implementando distintas medidas de ecoeficiencia en la operación, incluyendo el plan progresivo de electromovilidad tanto en despachos de productos a domicilios de clientes como en el funcionamiento de los centros de distribución y tiendas.



Huella hídrica

(303-5)

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

El recurso hídrico consumido por las tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo de Sodimac es suministrado en cada ciudad por las respectivas empresas sanitarias. Luego de ser utilizada, se descarga al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes. Debido al bajo consumo de las tiendas y a su uso no industrial, la empresa no posee proyectos específicos para el reciclaje o reutilización de agua.

En 2021 continuó el levantamiento de información sobre el consumo de agua, proceso que llevó a contabilizar un total de 927 mil m³ en el año, considerando 70 establecimientos que cuentan con factura directa de la sanitaria. El consumo del resto de las instalaciones corresponde a estimados, asumiéndose el compromiso de contar con mediciones en la totalidad de las tiendas y así implementar planes de eficiencia hídrica.

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



Gastos e inversiones ambientales

En 2021, Sodimac realizó importantes inversiones en materia medioambiental. Más información en nota de medio ambiente de estados financieros.

Nombre del Proyecto (M\$)	2019	2020	2021
Cambio de luminarias	847.196	918.568	360.970
Puntos Limpios	680.358	691.817	786.629
Tratamiento residuos	77.811	22.328	73.689
Medición Huella de Carbono	14.119	46.340	9.926
Inventario REP	20.670	21.789	13.837
Declaraciones Ambientales	68.988	30.332	43.082
Plataforma Medioambiental	36.265	23.843	23.992
Bodega Residuos	9.500	-	-
Asesoría Productos ECO	-	-	20.111
Asesoría Paneles Solares	-	-	6.000
Total	1.754.907	1.755.017	1.338.236

Fuente: Sodimac.



Cumplimiento y Gestión de residuos

(307-1; 306-2)

Cumplimiento de gestión ambiental

La compañía cuenta con un Área de Medioambiente que forma parte de la Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento. Su función es identificar riesgos y encabezar iniciativas para cumplir con las normativas ambientales, entre otras acciones que permitan una operación responsable con el entorno.

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

En 2021, la compañía recibió denuncias de ruidos molestos asociadas a 2 instalaciones, los cuales al cierre de este reporte se encontraban en etapa de resolución mediante el diseño e implementación de las correspondientes medidas de mitigación.

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

1. Manejo y disposición de residuos

Existen bodegas de almacenamiento temporal de residuos autorizadas por las SEREMI de Salud, con el respectivo responsable en el sistema web RETC, donde cada retiro es declarado. Los movimientos se informan al Sistema Nacional de Declaración de Residuos (SINADER) y al Sistema de

Declaración de Residuos Peligrosos (SIDREP). Mensualmente se envía una actualización de la base de datos.

2. Emisiones de fuentes fijas

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

3. Contaminación lumínica

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

4. Casinos de alimentación

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

5. Seguimiento Resolución de Calificación Ambiental (RCA)

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

6. Control de plagas

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

7. Sustancias Peligrosas

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

8. Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

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

9. Permisos Superintendencia de Electricidad y Combustibles

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

10. Permisos municipales

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

11. Calificación industrial

Evalúa los riesgos del funcionamiento de una instalación respecto a los daños y perjuicios que pueda causar a trabajadores, vecindario y comunidad, y actividades que puedan ser calificadas como inofensivas, molestas, insalubres, contaminantes o peligrosas. Su objetivo es generar condiciones para que la localización de las actividades sea acorde a lo permitido en los Planos Reguladores Comunales y se realice en armonía con el entorno residencial y el medioambiente.

12. Informe sanitario

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



Gestión de residuos

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

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

Disposición de residuos no peligrosos

Junto a Sorepa (Sociedad Recuperadora de Papel), la empresa aplica un plan de reciclaje del papel y cartón provenientes del proceso de embalaje efectuado por proveedores. En 2021 se reciclaron 7.152 toneladas de material, incluyendo papel blanco y de revista, cartón y otros, y del ítem mixto papeles y cartulinas blancas y coloreadas, además de film plástico y maderas. Además, en colaboración con Armony Sustentable, se enviaron más de 1.000 toneladas de pallets y maderas adicionales para ser convertidas en mulch (material orgánico o inorgánico utilizado de modo decorativo o utilitario) y compost. Esto permitió producir más de 646 mil litros de mulch y sobre 929.000 litros de compost.

Los residuos no peligrosos que aún no cuentan con un plan de valorización y que son dispuestos en rellenos sanitarios debidamente autorizados sumaron 34.427 toneladas.

Aspecto	Unidad	2019	2020	2021
Total Residuos operación	t	33.226	29.594	41.370
Residuos no peligrosos enviados a relleno sanitario	t	28.050	24.332	34.427
Residuos no peligrosos valorizados	t	5.176	5.262	6.943
<i>Reciclaje propio - cartón, papeles y bobinas</i>	t	4.728	4.471	5.532
<i>Reciclaje propio - maderas a mulch y compost</i>	t	-	335	1.135
<i>Reciclaje propio - papel y film plástico</i>	t	244	241	275
<i>Reciclaje propio - eléctricos y electrónicos</i>	t	-	-	2
<i>Reciclaje propio - maderas</i>	t	204	215	-
Residuos gestionados en Carcenter	t	443	228	213
<i>Neumáticos fuera de uso (NFU)</i>	t	291	148	156
<i>Baterías fuera de uso (BFU)</i>	t	153	80	57

Fuente: Sodimac

Disposición de residuos peligrosos

Para eliminar residuos sólidos y líquidos originados por la operación de las tiendas y que pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente, se aplica un protocolo que incluye la disposición de baterías usadas, tubos

fluorescentes, artículos electrónicos, tarros de pintura vacíos, envases de solvente, aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos, los cuales se acopian y almacenan en contenedores plásticos debidamente rotulados. Además, existe un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos y cada tienda cuenta con equipos de derrame distribuidos en las áreas de almacenaje de productos químicos, para que su manipulación sea debidamente controlada.

La empresa Veolia, previa autorización del organismo pertinente, está a cargo de llevar los residuos peligrosos a la planta de disposición final, donde se efectúa un proceso de inertización, recuperación y tratamiento físico químico de todos los elementos no aprovechables o valorizables.

Disposición	Unidad	2019	2020	2021
Residuos peligrosos enviados a tratamiento	t	85	35	50

Fuente: Sodimac.



Red Nacional de Puntos Limpios

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

Con 20 recintos de Arica a Chiloé especialmente habilitados y operados por TriCiclos, es la red, más extensa en Chile. De ellos, 18 están abiertos a público y 2 dirigidos a trabajadores de la oficina central y del principal centro de distribución.

Estos Puntos Limpios reciben doce tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, incluyendo plásticos PET, polietileno, polipropileno, poliestireno; vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva; tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros, los que se compactan y envían a empresas de reciclaje. Gracias a una alianza con la compañía de telecomunicaciones WOM, también reciben residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso) para reciclarlos y/o en conjunto con la Fundación Chilenter, reutilizarlos. Este proceso que incluye extraer y reutilizar diversos componentes que pueden ser nocivos para el medioambiente, recuperando en 2021 un total de 8,5 toneladas de este tipo de residuos.

Tras una alianza con la cadena de pizzerías Papa John’s, desde 2020 se habilitaron los primeros espacios para dejar cajas de pizzas en contenedores de recuperación especialmente habilitados para que luego sean compostadas. Previamente, los diferentes puntos limpios públicos y privados que operan en Chile no recibían este

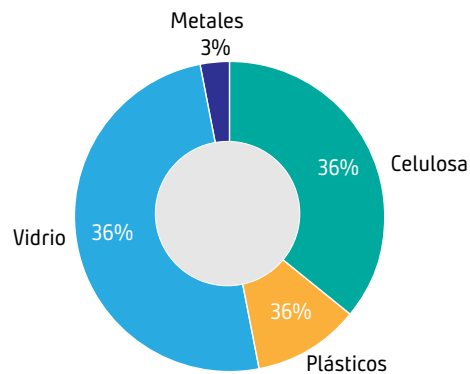
tipo de material. En 2021, esta iniciativa que comenzó exclusivamente en la Región Metropolitana permitió recuperar 8,2 toneladas de material. Posteriormente se extendió a regiones con la instalación de 3 nuevos puntos en La Serena, Viña del Mar (Reñaca), Concepción, llegando a 8 espacios en total durante el año.

Entre enero y diciembre de 2021, las visitas de la comunidad a la Red Nacional de Puntos Limpios ascendieron a 173 mil y se recuperaron 1.961 toneladas de materiales. Desde su creación en 2010, las visitas superan las 3,9 millones personas y se han reciclado más de 23.270 toneladas de materiales.

Reciclaje en Puntos Limpios			
	2019	2020	2021
Toneladas	4.162	2.409	1.961
Visitas	847.097	268.322	173.484

Fuente: TriCiclos.

Materiales Reciclados 2021



High Level Climate Action Champion de COP26 visita punto limpio de La Reina

En diciembre y durante su visita a Chile, el High Level Climate Action Champion de COP26, Nigel Topping, acompañado de su par chileno y exHigh Level Climate Action Champion de COP25, Gonzalo Muñoz, visitó el Punto Limpio de la tienda Sodimac Homecenter La Reina, uno de los que más material y visitas recibe en Chile. La intención de la visita fue conocer en terreno la experiencia de Sodimac con esta iniciativa e interiorizarse de otras acciones desarrolladas por la empresa dentro de su programa ambiental global.

Los acompañaron ejecutivos de Sodimac y TriCiclos. La visita, además, se conectó con la agenda global de acción climática enmarcada en la economía circular y en la adhesión de Sodimac a la campaña mundial “Race to Zero”.



Campaña #Refriclaje

Sodimac participó activamente en la campaña #Refriclaje que se lanzó a fines de 2021 para promover el reciclaje de refrigeradores antiguos y su reemplazo por equipos nuevos de alta eficiencia energética. #Refriclaje se insertó en la iniciativa “Acelerando la transición energética hacia un mercado de refrigeradores y congeladores eficientes en Chile” que ejecutan los ministerios de Energía y Medio Ambiente, Superintendencia de Electricidad y Combustibles, y Fundación Chile en alianza con el sector privado liderado por Sodimac y los principales fabricantes de estos productos.



Fomento al Reciclaje para Clientes

En el contexto de la implementación de la Ley REP (de Responsabilidad Extendida del Productor), Sodimac aporta su experiencia en acciones para el incentivo de los hábitos de reducción, reutilización y reciclaje tanto a nivel de organizaciones como de hogares. Para ello cuenta con el apoyo de diversas entidades, impulsando iniciativas como las siguientes:

- Gestión de residuos para reciclaje de papel, cartón, stretch film y avances en disposición de madera, alcanzando una tasa de reciclaje cercana a un 18%, considerando sólo residuos postindustriales propios de la operación en tiendas.
- Aporte a la gestión de residuos de la comunidad en la Red Nacional de Puntos Limpios.
- Estudio de materialidad e inventario de los envases y embalajes en más de 3 mil artículos de marcas propias y programa de rightsizing, además de una propuesta de mejora de los envases, modificando tamaño, gramaje o materialidad según sea necesario. También se trabaja con proveedores de algunas líneas de productos -como iluminación-, implementando cambios para reducir el uso de plástico.
- En 2016 Sodimac suscribió un Acuerdo de Producción Limpia (APL) para establecer un plan de gestión que, en 2021, significó recuperar 57 toneladas de baterías de automóviles fuera de uso de los clientes del Car Center.
- Gestión continua de los neumáticos fuera de uso de los clientes del Car Center, recuperándose 156 toneladas en 2021.
- Los servicios de reciclaje a domicilio de electrodomésticos y muebles, dentro de un programa de recuperación de diferentes elementos en desuso de los clientes, para su refacción y/o reciclaje. En 2021 se logró recuperar 38 toneladas de productos en desuso de los clientes para su refacción y/o reciclaje, entre los que destacan lavadoras, refrigeradores, cocinas y muebles.
- Desde 2019 Sodimac adhiere a un APL destinado a generar un sistema de gestión colectivo para el manejo de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) y mejorar la información del sector. La iniciativa se implementó a lo largo de 24 meses y entre sus principales acciones destaca la definición de un modelo de inclusión de los recicladores de base en la gestión y manejo de estos residuos, considerando temas de almacenamiento, transporte, pretratamiento y

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





Webinar con proveedores sobre Ley REP

Con la participación de 200 de sus proveedores, en junio Sodimac realizó un webinar dedicado a profundizar en los principales aspectos de la Ley REP y crear conciencia acerca del rol que tienen la empresa y su cadena de valor en el cumplimiento de las exigentes metas planteadas en esta normativa, aportando de esa manera a la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente.

Nueva línea de pinturas Kölor

La empresa lanzó al mercado en 2021 una línea de pinturas de su marca propia Kölor con una tecnología que absorbe CO_2 , componente responsable del calentamiento global. Gracias a este atributo tres botes de 15 litros de pintura absorben igual cantidad de CO_2 (14,40 kg) que un árbol adulto al año. La pintura -disponible para exterior e interior- fue creada en base a cal artesanal y con la tecnología de grafeno, producto natural y ecológico, libre de compuestos orgánicos volátiles (COV) y formaldehídos.

Primeros envases de cemento solubles

Se comenzó a ofrecer en las tiendas un nuevo envase soluble de hormigón de la marca propia Topex, el que se puede incorporar completamente en la mezcla necesaria para los proyectos, sin generar ningún tipo de residuos y con menos contaminantes en el aire. Esto se suma a un envase de cemento del proveedor Melón, que fue el primero en lanzarse en el país con estos mismos atributos.



Promoviendo la sustentabilidad

Packaging y diseño de productos

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

La empresa también se planteó el desafío de que el 100% de los envases y embalajes de los productos que comercializa sea reciclable, partiendo por las marcas propias. Se realizó un estudio de materialidad de empaques de marcas propias que reflejó que en 2021 sobre el 80% puede ser clasificado como reciclable.

Educación y consumo responsable

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






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

Productos y Servicios Sostenibles

Como parte de la iniciativa “Cuidemos La Casa de Todos”, al cierre de 2021 Sodimac contaba con casi 4.700 productos y servicios sostenibles.

Estos productos sostenibles deben cumplir normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad para poder incorporar una rotulación especial. Hay productos en diferentes categorías: los que permiten ahorrar energía y agua; aquellos elaborados con contenidos reciclados, que son biodegradables o reutilizables o rearmados; los fabricados cuidando los recursos naturales y que informan su impacto ambiental; y los que ayudan a un ambiente interior sano y libre de Compuestos Orgánicos Volátiles (COV). Además, se incluyen artículos inclusivos, elaborados por pequeños productores o que apoyan causas solidarias.

Adicionalmente, la alianza con la empresa Armony permite transformar pallets de desechos de la operación en mulch, que recubre superficies en maceteros o jardines con fines

Productos Sostenibles				
Criterios de Sostenibilidad		2019	2020	2021
Ahorro y eficiencia de energía		1.620	1.470	1.005
Ahorro y eficiencia de agua		392	380	385
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables		347	498	478
Productos que provienen de manejo sustentable		425	615	1.247
Hogar saludable		1.629	1.416	1.443
Comercio inclusivo		-	54	127
TOTAL		4.413	4.433	4.685

decorativos y para evitar la evaporación del agua, lo que hoy es especialmente importante por la escasez hídrica. Se elabora también compost multipropósito con residuos de plantas y maderas de tiendas.

Adicionalmente, la empresa está comprometida con la producción sustentable de la madera. Toda la madera que comercializa proviene de fuentes conocidas, controladas y sustentables. También, se tiene una especial preocupación de capacitar permanentemente a los pequeños y medianos proveedores para asegurar una explotación sostenible de los bosques.

En materia social, la alianza con Late! ha permitido ayudar a familias vulnerables del país. Las utilidades por las ventas de agua Late! en las tiendas se destinan a TECHO para la construcción de viviendas de emergencia en campamentos.

Entre los servicios sustentables destacan el retiro a domicilio y reciclaje de muebles y línea blanca, la instalación de paneles fotovoltaicos, así como cargadores de vehículos eléctricos en hogares y sistemas de riego automático que logran ahorros importantes de agua.



Participación en el “Pacto Chileno por los Plásticos”

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

En este marco, durante 2021 se avanzó en una repriorización e implementación de iniciativas, con un trabajo uno a uno con las empresas socias. Fruto de estas tareas, se alcanzaron resultados como los siguientes:

- Lanzamiento del Programa de Innovación Abierta, finalizado en abril y que arrojó seis ganadores.
- Análisis comparativo sobre normativa nacional e internacional respecto al uso de material reciclado en E&E.
- Estudio de identificación de barreras y oportunidades normativas para aumentar la capacidad de recolección, separación, pretratamiento y valorización.
- Diagnóstico del potencial mercado para las resinas plásticas recicladas.
- Guía sobre cuándo el uso de envases compostables es la mejor alternativa.

- Programas formativos sobre economía circular y sustentabilidad: el desafío educativo del siglo XXI.

Apoyo a iniciativas público-privadas

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

Certificaciones del Programa Huella Chile

Desde 2018 Sodimac participa en Huella Chile, iniciativa impulsada por el Ministerio de Medio Ambiente para promover la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones público y privadas.

En 2021, por tercer año consecutivo, este programa voluntario reconoció a la empresa con el Sello de Excelencia -la distinción más alta otorgada por HuellaChile- por su compromiso y acciones adoptadas para reducir el impacto de sus emisiones, convirtiendo a Sodimac en la única compañía del sector retail en recibir esta distinción, junto a los sellos de Cuantificación y Reducción de GEI.



Sodimac se sumó al “Acelerador de la Ambición Climática” Dentro de la estrategia de sostenibilidad de Sodimac y de su meta de transformarse en el primer retailer carbono neutral en Chile al 2030, la empresa se sumó al programa “Acelerador de la Ambición Climática” de Pacto Global de Naciones Unidas, del cual la compañía es miembro desde 2007.

La iniciativa entrega a las empresas conocimientos y habilidades para avanzar más rápidamente en ambición climática y fijar objetivos de disminución de emisiones en base a la ciencia y alineados con el escenario de 1,5°C del Acuerdo de París, poniéndolas en la senda de las emisiones netas cero para 2050 independientemente del punto en el que se encuentren en su camino hacia la sostenibilidad.

Business Ambition y Climate Action Day

La empresa forma parte de la iniciativa internacional “Business Ambition for 1,5°C” de Science Based Targets, que busca aunar compromisos en el mundo para limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 grados centígrados por encima de los niveles preindustriales. Durante 2022 se validará la meta de reducción de emisiones de Sodimac con la iniciativa, para así tener un objetivo robusto basado en la ciencia.

En 2021, y en el marco del Business Ambition for 1,5°C, la compañía fue parte del “Climate Action Day”, iniciativa global realizada en octubre -pocos días antes del inicio





CONÉCTATE AL PLANETA
PARTE POR CASA

#HORADELPLANETA #MEQUEDOENCASA



Organiza

WEBINAR CIENCIA DESDE CASA: HABLEMOS DEL CLIMA

SODIMAC
Colabora



la COP26 en Glasgow, Escocia- con el objetivo de hacer un llamado global a que más empresas y actores públicos impulsen acciones en contra el cambio climático.

Adhesión a Race to Zero

En 2021 Sodimac se sumó a la iniciativa Race to Zero, la alianza de carbono neutralidad más grande del mundo, que busca impulsar la transformación hacia una economía descarbonizada, mediante la colaboración entre gobiernos, ciudades, regiones, empresas e inversionistas para llegar a un mundo con cero emisiones netas de carbono a 2050. Esta adhesión se suma al compromiso asumido el año anterior de alcanzar una situación de carbono neutralidad al 2030 en los alcances 1, 2 y 3 (incorporando gestión de residuos y despachos a domicilio) y, como parte de CLG o Grupo de Líderes Empresariales por la Acción Climática, de implementar un completo programa de gestión ambiental para combatir el cambio climático.

La Hora del Planeta

El 27 de marzo de 2021, Sodimac se sumó nuevamente a “La Hora del Planeta” (la mayor iniciativa global para generar conciencia sobre el cambio climático) manteniendo apagados durante una hora los letreros de las fachadas en todas sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas. Previamente, realizó acciones de difusión de la actividad en redes sociales y canal online, junto con comunicación directa en las tiendas para informar a los clientes e involucrar a sus trabajadores.

Apoyando la reforestación de Cerros de Renca

En 2021, se dio inicio a la segunda etapa de reforestación del futuro Parque Metropolitano Cerros de Renca, una actividad que formó parte del lanzamiento mundial de una

nueva campaña del movimiento “It’s Now!” y en la cual Sodimac se hizo presente como empresa colaboradora y a través de cuadrillas de trabajadores voluntarios que apoyaron al objetivo de plantar 15.000 árboles nativos en el lugar.

Adhesión a The Circular Economy 100

Sodimac integra la comunidad global de empresas, emprendedores, gobiernos y academia que conforman el grupo “The Circular Economy 100” (CE100), de la Fundación Ellen MacArthur, instancia donde se comparten conocimientos y experiencias en el objetivo de superar los criterios de una economía lineal y su impacto negativo en los ecosistemas. Los participantes también buscan oportunidades de proyectos conjuntos para transitar hacia una economía circular y el cuidado integral del medioambiente.

Activa participación en Cumbre R

Sodimac fue una de las empresas que apoyó la realización de la primera edición de la “Cumbre R”. Este encuentro, realizado los días 25 y 26 de noviembre, reunió a organizaciones del sector público y la sociedad civil, junto a representantes del mundo privado y la ciudadanía, que compartieron experiencias, contenidos y estrategias alineadas con el desarrollo sostenible, la protección del medioambiente, impulsar la Economía Circular y, en definitiva, promover la cultura de las “3 R”; es decir, reducir, reutilizar y reciclar.



Compromiso con la **Comunidad**



Compromiso con la comunidad

Sodimac mantiene canales permanentes de relacionamiento con las comunidades donde sus operaciones generan impacto, impulsando, además, políticas de inversión social e incentivo a la participación de sus trabajadores en voluntariado corporativo. También apoya la labor de diversas fundaciones enfocadas en mejorar la calidad de vida de las personas.



Temas estratégicos

- Inversión social
- Gestión del entorno

Hitos 2021

- A través del programa de voluntariado “Construyendo Sueños de Hogar”, Sodimac desarrolló 49 proyectos que beneficiarán a más de 90 mil personas, particularmente niños y adolescentes con diferentes discapacidades, enfermedades o situación de vulnerabilidad; colegios y jardines infantiles, y centros de salud de espacios comunitarios de los CESFAM Quebrada Verde (Valparaíso) y La Florida (Santiago).
- La alianza con TECHO permitió a Sodimac ser parte de dos proyectos habitacionales en La

Cruz y Copiapó que favorecieron a 180 familias, aportando adicionalmente materiales para habilitar y mejorar lugares de encuentro entre vecinos.

- Junto a Falabella Retail y con el respaldo de Fundación Antenna y Museo Cielo Abierto de San Miguel se realizó el proyecto “Murales para Chile”, aportando con arte a la comunidad escolar de cuatro colegios, el que es ejecutado por destacados artistas muralistas y continuará el año 2022.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Sodimac y su comunidad local

(413-1) (413-2)

Gestión territorial

(413-2; 413-1)

A lo largo de 2021 la empresa nuevamente pudo poner en valor las políticas de relacionamiento con las comunidades que ha ido desarrollando a lo largo de los años. La comprensión de las necesidades y expectativas lograda gracias a los canales de escucha y las continuas evaluaciones cualitativas y cuantitativas del impacto de la gestión de la compañía, así como el trabajo con organizaciones aliadas, permitieron contar con valiosa información para realizar acciones dirigidas a brindar un apoyo efectivo a los hogares más afectados por el impacto de la crisis sanitaria y social.

Inversión social

(203-1)

Ámbito	Tipo				Total General
	En dinero		En especies		
	\$M	%	\$M	%	\$M
Inversión Comunitaria	\$1.701.723	89%	\$200.284	11%	\$1.902.007
Iniciativas comerciales	\$157.097	100%	\$0	0%	\$157.097
Donaciones	\$64.200	98%	\$1.591	2%	\$65.791
Total general	\$1.923.020	90%	\$170.802	8%	\$2.124.895

Sodimac se ha propuesto el desafío de mantener un diálogo permanente y cercano con todos los actores sociales presentes en una comunidad, proyectando un trabajo colaborativo en los ámbitos operacionales, sociales y ambientales, que permitan contribuir a los territorios donde están emplazadas sus instalaciones. Bajo este mismo principio, Sodimac también ha sumado a su Gestión Territorial trabajar anticipadamente las controversias e impactos que pueda ocasionar el funcionamiento de las tiendas en los barrios donde están presentes, así como en las futuras instalaciones.

Esto ha permitido fortalecer la Política de Sostenibilidad de la compañía en Chile, para lo cual la Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento diseñó en 2021 el Sistema



de Gestión de Relacionamiento Comunitario, a través del cual se busca conocer las necesidades y complejidades de las comunidades donde están sus instalaciones, crear un estándar para la vinculación con los actores locales, entrenar a los equipos de Sodimac y apoyar las necesidades de los proyectos, en cuyo modelo se materializan todos los compromisos y desafíos de las distintas unidades de negocio de la compañía bajo los valores corporativos REIR: Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad.

Este sistema integra los indicadores de medición de la categoría “Comunidad” que establece la herramienta Stakeholders Sustainable Index, (Índice Sostenible de los Grupos de Interés), que elabora ESG Compass, específicamente sobre la gestión de riesgos y monitoreo sostenible en su relacionamiento con la comunidad.

El Sistema de Gestión de Relacionamiento Comunitario comprende cuatro líneas de trabajo, siendo el Programa de Relacionamiento Comunitario Sodimac (RECSO) donde

se define el trabajo colaborativo con las comunidades, durante todo el ciclo de vida de un proyecto, que va desde: Aprobación, Licitación y Contrato, Construcción, Operación, y hasta el Cierre de una instalación o tienda.

En el caso de las tres primeras etapas del ciclo de un proyecto (Aprobación, Licitación y Contrato y Construcción), la Gerencia de Planificación, Desarrollo y Proyectos de Sodimac ya venía utilizando desde 2016 una herramienta que ha sido especialmente diseñada para la compañía, denominada Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), que se aplica en cada territorio donde se estudian obras, ampliaciones y remodelaciones, y que desde ahora se integra al Programa RECSO.

Este estudio orienta el relacionamiento con el entorno y permite anticipar un diálogo oportuno con los vecinos en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones, conocer las limitantes y generar las medidas técnicas, económicas y sociales, procurando que esto sea gestionado oportunamente, incluso si son



Empleabilidad local

Sodimac privilegia contratar a trabajadores que residan en el radio de influencia de sus tiendas. Esta política abre oportunidades laborales en las comunidades circundantes y reduce los tiempos de desplazamiento, lo que contribuye a la calidad de vida.

Además, cada año la empresa participa en ferias laborales que permiten atraer talento local, y mantiene alianzas con instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de bajos recursos para que adquieran conocimientos que contribuyan a su inserción en el mercado laboral.

En 2021 la compañía contrató a 3.461 nuevos trabajadores (2.049 hombres y 1412 mujeres).



proyectos ejecutados por desarrolladores externos. De esta manera, se procura que las actuales o nuevas inversiones no sólo cumplan la normativa, sino que también logren el estándar de Sodimac en materia de crecimiento sostenible.

En la etapa de Operación de la tienda, el Programa RECSO también trabaja sobre las alertas territoriales que arrojó el MIATT, abordando todas las externalidades que puedan estar impactando a los vecinos directos de una tienda, para lo cual se buscan soluciones coordinadas con el vecindario. En esta etapa también se considera la vinculación a largo plazo con la comunidad a través del desarrollo de proyectos sociales como Construyendo Sueños de Hogar.

Finalmente, y como última etapa del ciclo de un proyecto que considera el RECSO, el Cierre de una instalación o tienda tiene por objetivo comunicar a los vecinos y organizaciones sociales cercanas, los plazos, medidas de mitigación y seguridad que comprenderá este proceso.

Construyendo Sueños de Hogar

A través de “Construyendo Sueños de Hogar”, Sodimac y sus trabajadores han consolidado uno de los programas de voluntariado corporativo más importantes en Chile. Desde su creación hace 14 años, la iniciativa ha contribuido al desarrollo de las comunidades ubicadas en el entorno de las operaciones de la empresa mediante el impulso de 788 proyectos, en los que han participado sobre 15 mil voluntarios de la empresa, favoreciendo a sobre 198 mil personas.

A través de esta iniciativa, organizaciones vecinales o comunitarias postulan a fondos concursables para realizar proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno público. Sodimac entrega los materiales necesarios y su transporte, y trabajadores de la empresa se encargan de hacer realidad dichos proyectos haciendo equipos con vecinos de las propias

comunidades, generándose un importante esfuerzo colaborativo y participativo.

“Construyendo Sueños de Hogar” cuenta con un consejo consultivo integrado por directores de la compañía y líderes de la sociedad civil, que participan en la evaluación global y velan por la correcta aplicación del programa, aportando asesoramiento y puntos de vista sobre los principales temas que involucran a la sociedad y su relación con Sodimac.

En 2021 se inició la ejecución de 49 proyectos que beneficiarán a más de 90 mil personas. Entre las iniciativas del año, destacan aquellas dirigidas a organizaciones comprometidas con ayudar a niños y adolescentes con diferentes discapacidades, enfermedades o en situación de vulnerabilidad social; colegios y jardines infantiles, y centros de salud ubicados en espacios comunitarios

de los CESFAM Quebrada Verde (Valparaíso) y La Florida (Santiago).

Cabe señalar que el programa también incluye brindar apoyo a trabajadores de Sodimac que tengan proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida. En tal sentido, durante los últimos años se han ejecutado 631 proyectos que beneficiaron a 390 colaboradores.

Construyendo Sueños de Hogar		
Año	Nº de proyectos	Beneficiarios directos e indirectos (*)
2019	83	40.190
2020**	-	-
2021	49	88.320

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

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

Fuente: Sodimac





Alianza con “Aquí Somos Todos”

A través de una alianza con el programa de Canal 13 “Aquí Somos Todos”, se generó un registro audiovisual de 20 proyectos llevados a cabo por Construyendo Sueños, los cuales fueron difundidos a lo largo del año en distintos capítulos de esta producción televisiva. El acuerdo igualmente significó la inclusión semanal de cápsulas de “Hágalo Usted Mismo”, buscando que los telespectadores aprendan a reparar y mantener sus casas.

La empresa también respondió mediante la entrega de materiales y productos a casos levantados por el citado programa, resolviendo de esta manera problemáticas levantadas por la comunidad.

Adicionalmente, Sodimac se sumó a proyectos de construcción de 10 sedes CREA (Centro de Reforzamiento de Enseñanza y Aprendizaje), apoyando así la formación de niños y niñas de comunidades en situación de vulnerabilidad.

Murales para Chile

Sodimac y Falabella Retail lanzaron la iniciativa “Murales para Chile”, que cuenta con el respaldo de Fundación Antenna y Museo Cielo Abierto de San Miguel. Esta buscó socializar el arte, transformar espacios y unir comunidades mediante la realización de murales en 4 colegios del Programa Haciendo Escuela, en las comunas de Melipilla, Providencia, San Fernando e Independencia.

Para el desarrollo del mural principal, artistas locales realizan talleres con la comunidad educativa, lo que permite conocer de cerca a las personas que habitan la comuna y así crear en conjunto el diseño del mural. También en estos talleres participan estudiantes del colegio para crear junto a voluntarios de Sodimac y Falabella Retail un mural al interior del establecimiento.

“Murales para Chile” continuará en 2022, generando espacios de participación a través de diferentes propuestas, donde los artistas incorporan en cada trazo los intereses, la cultura y la identidad de las comunidades.



Nuestras alianzas sociales

(102-13)

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

TECHO



Durante los últimos 20 años, TECHO ha sido el aliado estratégico de Sodimac en el camino de ayudar a construir ciudades justas y sostenibles. Actualmente, gran parte de los esfuerzos de la empresa van dirigidos al acompañamiento de familias que habitan en campamentos con el fin de que alcancen una vivienda

definitiva, entregando aportes para el funcionamiento de la Inmobiliaria Social de TECHO, a cargo de gestionar los proyectos, además de ofrecerle precios preferenciales en materiales y apoyo logístico.

En 2021, esta alianza permitió participar en dos proyectos habitacionales en La Cruz y Copiapó que favorecieron a 180 familias, las cuales aportaron directamente en el diseño y construcción de sus nuevos hogares. Se entregaron también materiales para habilitar y mejorar distintos lugares de encuentro entre vecinos y se realizó la celebración de la primera Navidad en su casa propia.

A lo largo de dos décadas, el trabajo conjunto de Sodimac y TECHO-Chile ha contribuido a la concreción de 99 proyectos habitacionales de viviendas definitivas en distintas ciudades del país, impactando positivamente a casi 8.300 personas.

Más información en www.techo.org/chile

Apoyo a Corporación Cultiva

Como parte de los esfuerzos para tener ciudades más sustentables, en 2021 se empezó a trabajar con organización Cultiva para habilitar un huerto comunitario en Renca. En alianza con

esta entidad, también se desarrollaron cápsulas en el canal "Hágalo Usted Mismo" para que otras comunidades pudieran construirlos.

Más información en www.cultiva.cl



Fundación Junto al Barrio

Durante casi diez años de alianza colaborativa entre Sodimac y la fundación Junto al Barrio, se han impulsado proyectos de inserción social que permitieron mejorar de forma directa la calidad de vida a más de 65 mil personas pertenecientes a grupos vulnerables del país.

A través de este vínculo, la empresa apoya económicamente diversas iniciativas desarrolladas por la fundación, entre ellas, murales, restauración de plazas, mejoras en sedes vecinales y huertos comunitarios.

En 2021, Sodimac y fundación Junto al Barrio, con la comunidad y la Municipalidad de Renca, iniciaron un proyecto para mejorar la Plaza Lo Negrete de la mencionada comuna, obra que beneficiará a unas 8.200 personas. Cabe destacar que antes de su diseño y ejecución se realizó un proceso de consulta ciudadana.

Más información en www.juntoalbarrio.cl



Base Pública

Sodimac integra Base Pública, una red de personas y organizaciones que trabajan juntas por la sostenibilidad mediante la difusión de propósitos, ideas y acciones de diferentes agentes de cambio sociales y ambientales que buscan inspirar una transformación social más humana y colaborativa.

En 2021, la participación de la empresa se desarrolló especialmente en la alianza "Ciudad y territorio", que a lo largo del año realizó más de 43 contenidos audiovisuales. Base Pública, en general, impulsó sobre 60 programas, 20 reportajes, cientos de publicaciones en redes sociales, seis proyectos de contenido de calidad para diversos formatos y más de 45 instancias de relacionamiento. Todas las pautas de contenido fueron levantadas de manera colaborativa con Sodimac y en conjunto con organizaciones de la sociedad civil, abordando temáticas vinculadas a trabajo territorial, impulso de políticas públicas para una ciudad más justa, sostenibilidad (empresas y propósito), vivienda, comunidad y calidad de vida.

Más información en www.basepublica.cl





Movidos x Chile



La empresa forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias para potenciar acciones de cooperación permanente entre diferentes entidades frente eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Para ello, Sodimac cuenta con protocolos con procedimientos y un Comité Operacional de Emergencias.

En 2021, esta red articuló a 128 organizaciones de la sociedad civil, cinco empresas, tres instituciones públicas, dos centros asociados a investigación, dos centros asociados al desarrollo de tecnologías e igual número de organismos internacionales, los cuales se pusieron en acción a raíz del aluvión que afectó a comunidades de

San José de Maipo debido al inusual sistema frontal en la zona central de Chile a fines de enero. En esa oportunidad la empresa aportó carretillas, palas, guantes y botas de agua para las labores de remoción de barro y limpieza de viviendas, entre otros elementos urgentes solicitados por los propios vecinos del sector.

También se trabajó en conjunto tras el incendio que afectó a viviendas en Castro. La empresa aportó elementos de protección personal para 200 personas y artículos de embalaje para los aportes a las familias.

A lo largo del 2021, la plataforma Movidos x Chile apoyó entregando 1.264 kits de alimentos y 24 millones de elementos de protección personal, beneficiando a 19.301 personas.

Más información en www.movidosxchile.cl



Campaña Camiseteados

Sodimac se sumó a la campaña Camiseteados 2021, donde se eligieron por sexto año consecutivo a ciudadanos que son verdaderos héroes anónimos porque con compromiso, solidaridad y sin esperar nada a cambio generan iniciativas que benefician a su entorno.

Cabe señalar que cada año es la propia ciudadanía la responsable de postular a los candidatos a través de una plataforma abierta. Los casos son luego sometidos a una exhaustiva revisión, para determinar quiénes son los que se quedan con el título de Camiseteado, protagonizando microdocumentales que son difundidos en distintas plataformas y siendo, a contar de ese momento, activos embajadores de la iniciativa. En 2021, la campaña obtuvo el carácter de Premio Nacional de Desarrollo Social para Chile.

El Premio Nacional Camiseteados es desarrollado por la Fundación Camiseteados por Chile en conjunto a TVN, Iberoamerican Radio Chile, Ministerio de Desarrollo Social, Ipsos, Base Pública, Tremendas, Banco Mundial y ProHumana.

Más información en www.somoscamiseteados.com



Anexos



Desarrollo económico

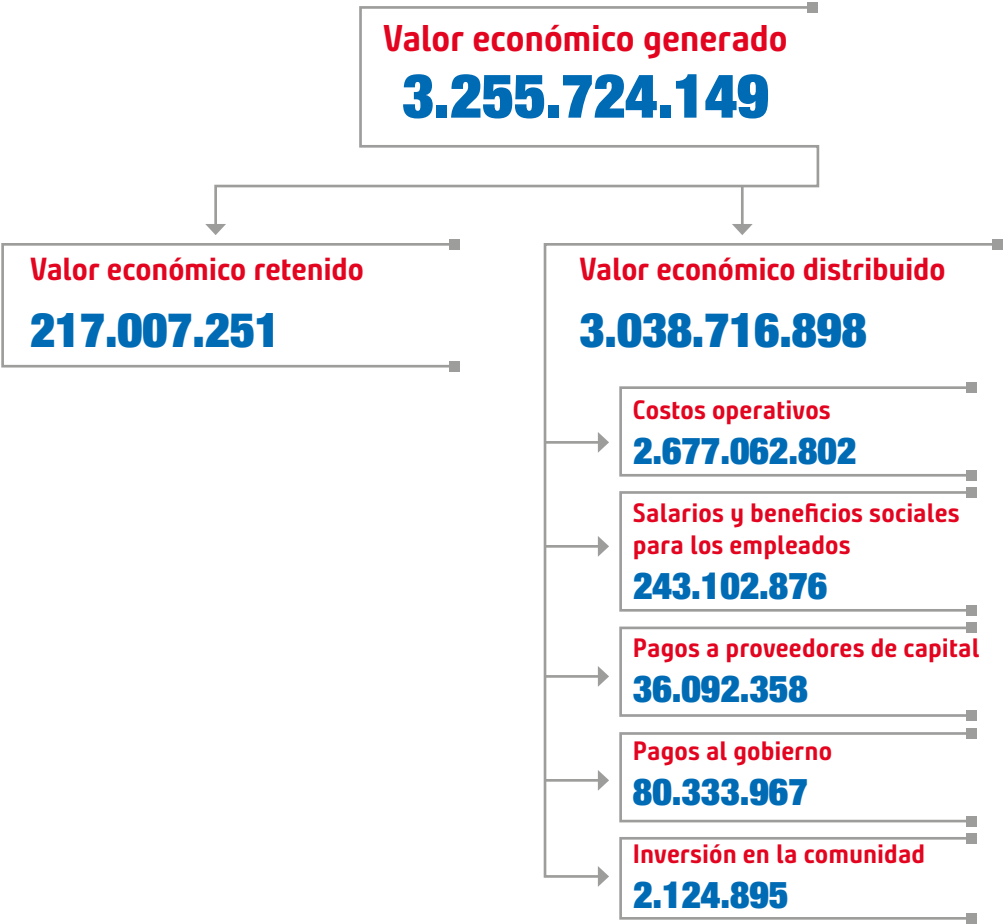
A lo largo de 2021 Sodimac siguió liderando el rubro mejoramiento del hogar en Chile, con una participación de mercado de un 27,2%, incluyendo a la filial Imperial. Durante el año, los ingresos consolidados -incluyendo a esa filial- ascendieron a \$3.255.724.149, cifra mayor a la de 2020, resultado que se explica principalmente por el crecimiento en comercio electrónico y la mayor demanda por productos de construcción y mejoramiento del hogar.

Desempeño Económico (en M\$)	2019	2020	2021
Ingresos de explotación	2.092.652.566	2.290.251.443	3.255.724.149
Costos de explotación	-1.473.123.084	-1.576.085.290	-2.235.217.768
Margen de explotación	619.529.482	714.166.153	1.020.506.381
Pago de dividendos*	18.867.613	19.640.371	176.090.891
Utilidad del ejercicio	10.049.515	61.245.797	228.951.420

Fuente: Sodimac.

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

Valor económico generado y distribuido- año 2021



Valor económico generado y distribuido

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

Proveedores: Costos operacionales (102-48)

Los costos asociados al desarrollo de las operaciones de la empresa ascendieron en 2021 a M\$ 2.677.138.390, incluyendo costos de explotación y gastos por administración y ventas, cifra 41% mayor a la del ejercicio 2020, cuando sumaron M\$1.895.507.938.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

En 2021, los gastos por remuneraciones y beneficios alcanzaron los M\$ 243.102.876, monto inferior a los M\$267.769.488 registrados durante el año anterior.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó M\$36.092.358 por concepto de proveedores de capital, distribuidos en pagos a los accionistas de la empresa y gastos financieros, cifra menor a los M\$51.141.926 del ejercicio 2020.

Gobierno: Pagos e impuestos

Los pagos al Estado por concepto de impuestos sobre la ganancia totalizaron M\$ 80.333.967 en 2021, cifra mayor a los M\$22.543.633 del ejercicio 2020, acorde al incremento del resultado de la compañía.

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones dirigidas a diferentes proyectos que durante 2021 impactaron positivamente en la comunidad sumaron M\$2.049.307, destacando iniciativas como los Puntos Limpios de Reciclaje, Programa Construyendo Sueños de Hogar, Becas CES, aportes a Techo y Fundación Junto al Barrio, entre otras.

Asistencias financieras recibidas

En 2021, Sodimac utilizó M\$1.478.500 por concepto de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en formación y capacitación.

Asistencia Financiera del Gobierno (M\$)	2019	2020	2021
Donaciones			
Franquicia Tributaria	208.327	99.571	201.864
Activo fijo			
Uso Franquicia (tope UTM 500)	24.812	25.515	27.086
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	1.807.849	806.492	1.478.500
Total	2.040.968	931.578	1.707.450

Fuente: Sodimac.

Enfoque de Impuestos (207-1)

Sodimac, como parte de Falabella S.A, adhiere a la Política Tributaria definida para materializar su aporte a la sociedad vía impuestos, conforme a la legislación aplicable en Chile. Un Comité Tributario, integrado por las áreas de Finanzas, Cumplimiento y Auditoría, se encarga de desarrollar esta política, reportando a la Gerencia General.

Se han establecido como principios tributarios:

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

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

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

Los pagos al Estado por concepto de impuestos sobre la ganancia totalizaron M\$80.333.967 en 2021, cifra mayor a los M\$22.543.633 del ejercicio 2020, situación propia al incremento del resultado de la compañía.



Anexo 2.

Dotación Sodimac Chile

Zona, jornada laboral y tipo de contrato (102-8)

Al cierre de 2021, Sodimac tenía una dotación de 15.743 trabajadores, un 58% de ellos hombres y el 42% mujeres.

Total trabajadores por zona						
	2019		2020		2021	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Zona norte	1.529	782	1.413	667	1.485	734
Zona centro	1.862	976	1.681	865	1.754	885
Zona sur	2.497	1.326	2.336	1.083	2.352	1.136
Región Metropolitana	6.543	2.466	5.298	1.802	5.570	1.827
Total dotación	17.993		15.145		15.743	

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de jornada laboral						
	2019		2020		2021	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
	12.393	5.600	10.728	4.417	11.161	4.582
Total dotación	17.993		15.145		15.743	

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

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de contrato						
	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato indefinido	9.914	6.756	8.548	5.886	8.061	5.883
Contrato plazo fijo	853	470	363	348	1.050	749
Subtotal	10.767	7.226	8.911	6.234	9.111	6.632
Total dotación	17.993		15.145		15.743	

Fuente: Sodimac.

Dotación por tipo de cargo y género (102-8; 405-1)

Al cierre de 2021, 110 mujeres ocupaban puestos ejecutivos en la empresa, equivalente a un 27% del total de este tipo de cargos. El sistema de remuneraciones de Sodimac busca el equilibrio salarial entre hombres y mujeres y solo considera variables relacionadas con el valor profesional, sin hacer distinciones por género.

Total trabajadores						
Año	2019		2020		2021	
	N° de trabajadores		N° de trabajadores		N° de trabajadores	
Tipo de Cargo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	405	128	173	58	297	110
Profesionales y técnicos	2.213	1.762	1.650	1.419	1.861	1.513
Otros colaboradores	8.149	5.336	7.088	4.757	6.953	5.009
Total hombres/mujeres	10.767	7.226	8.911	6.234	9.111	6.632
Total	17.993		15.145		15.743	



Gerentes y Subgerentes						
Rango de edad	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	1	3	2	1	1	1
30-49	259	97	98	39	175	78
50 y más	145	28	73	18	121	31
Total	405	128	173	58	297	110
% del total	76%	24%	75%	25%	73%	27%

Fuente: Sodimac.

Profesionales y técnicos						
Rango de Edad	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	337	248	196	151	271	172
30-49	1.540	1.291	1.193	1.086	1.298	1.131
50 y más	336	223	261	182	292	210
Total	2.213	1.762	1.650	1.419	1.861	1.513
% del total	56%	44%	54%	46%	55%	45%

Fuente: Sodimac.

Otros Colaboradores						
Rango de Edad	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	3.490	1.573	2.653	1.343	2.652	1.516
30-49	3.232	2.837	3.163	2.548	3.029	2.563
50 y más	1.427	926	1.272	866	1.272	930
Total	8.149	5.336	7.088	4.757	6.953	5.009
% del total	60%	40%	60%	40%	58%	42%

Fuente: Sodimac.

Nuevas contrataciones						
Tipo de cargo	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	23	12	6	5	11	4
Profesionales y técnicos	165	103	75	48	161	148
Otros colaboradores	2.354	1.047	679	560	1.877	1.260
Total hombres/mujeres	2.542	1.162	760	613	2.049	1.412
Total	3.704		1.373		3.461	

Nuevas contrataciones por zona (tiendas)						
	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.038	536	320	215	542	434
Zona centro	392	144	119	104	356	235
Zona norte	351	159	201	197	395	319
Zona sur	521	180	120	97	418	256
Tasa de nuevas contrataciones	12,8%	5,7%	2,1%	2,3%	9,5%	6,9%



Rotación por zona y edad (401-1)

Rotación de trabajadores por zona						
	2019		2020		2021	
Zona	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.345	648	1.310	834	850	446
Zona centro	425	167	331	222	288	156
Zona norte	335	139	358	256	336	231
Zona sur	574	219	495	264	362	176
Total egresos anual	2.679	1.173	2.494	1.576	1.836	1.009
Tasa rotación anual por zona	24,9%	16,2%	15,4%	9,7%	11,7%	6,4%
Rotación promedio anual	20,6%		25,17%		9,03%	

Rotación de trabajadores por edad						
	2019		2020		2021	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	1.726	551	1.089	476	978	468
30-49	797	525	982	853	723	435
50 y más	156	97	423	247	135	106
Total egresos anual	2.679	1.173	2.494	1.576	1.836	1.009
Rotación anual por género	24,9%	16,2%	26,1%	23,9%	11,7%	6,4%
Rotación promedio anual	20,6%		25,17%		9,03%	

Rotación = Egresos Anuales/Dotación diciembre.
Se consideran todas las causales de despido.
Fuente: Sodimac.

Rotación voluntaria por zona y edad

Rotación voluntaria de trabajadores por zona						
	2019		2020		2021	
Zona	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	477	274	205	116	419	252
Zona centro	154	63	54	24	120	64
Zona norte	145	57	84	43	176	139
Zona sur	177	69	80	32	147	84
Total egresos anual	953	463	423	215	862	539
Rotación anual por zona	8,85%	6,41%	4,42%	3,26%	5,5%	3,4%
Rotación promedio anual	7,63%		3,95%		4,45%	

Rotación voluntaria de trabajadores por edad						
	2019		2020		2021	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	660	242	253	114	506	287
30-49	251	186	149	84	319	220
50 y más	42	35	21	17	37	32
Total egresos anual	953	463	423	215	862	539
Rotación promedio anual por género	8,85%	6,41%	4,42%	3,26%	5,5%	3,4%
Rotación promedio anual	7,63%		3,95%		4,45%	

Fuente: Sodimac.



Anexo 3

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)

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

Alc.	Fuente de emisión	2019	2020	2021	2021
		k tCO ₂ e	k tCO ₂ e	k tCO ₂ e	%
1.1	Combustión en fuentes fijas	0,4	0,4	0,6	0,0%
1.2	Combustión en fuentes móviles	6,4	8,1	6,6	0,2%
1.4	Emisiones fugitivas	1,1	1,0	3,0	0,1%
Subtotal Alcance 1		7,9	9,5	10,3	0,4%
2.1	Consumo eléctrico (método de mercado)	20,1	13,3	14,0	0,5%
Subtotal Alcance 2		20,1	13,3	14,0	0,5%
Subtotal Alcance 1+2		28,0	22,7	24,3	0,9%
3.1	Insumos y servicios	1,4	0,9	0,8	0,0%
3.1	Fabricación productos comercializados*	1.076	1.165	1.700	60%
3.3	Manufactura de combustibles de alcance 1	1,0	1,1	0,9	0,0%
3.4	Importación de productos a centro de distribución	84	74	127	4,5%
3.4	Transporte centro de distribución a tiendas	39	39	36	1,3%
3.4	Transporte local proveedores a centro de distribución	68	70	105	3,7%
3.5	Residuos y reciclaje	13	11	16	0,6%
3.6	Viajes de negocio	2,3	0,2	0,9	0,0%
3.7	Transporte de colaboradores	20	12	12	0,4%
3.7	Electricidad en trabajo remoto	0,0	0,2	0,2	0,0%
3.9	Despacho de última milla (DAD)	3,4	5,6	9,9	0,3%
3.9	Traslados de clientes a tiendas	235	184	221	7,8%
3.9	Electricidad clientes en comercio electrónico	1,3	2,1	1,9	0,1%
3.11	Uso productos comercializados*	256	277	379	13%
3.12	Disposición productos comercializados*	100	108	210	7,4%
Subtotal Alcance 3		1.901	1.950	2.821	99%
Total de Emisiones de GEI		1.929	1.973	2.845	100%

Partidas informativas

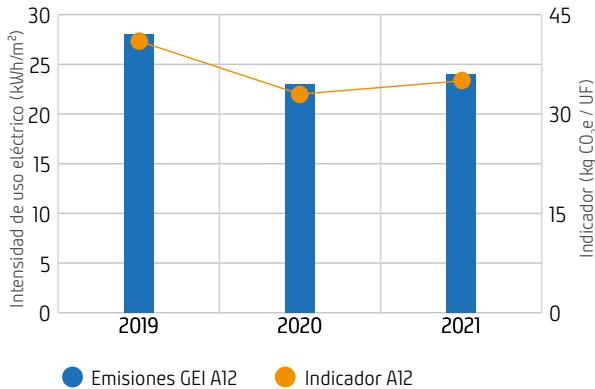
2.1	Consumo eléctrico (método de ubicación)	53	41	42
-----	---	----	----	----

Fuente: Proyectae.
Las siguientes fuentes de emisión de alcance 3 no aplican o son consideradas no relevantes según ejercicio de materialidad: Bienes de capital (3.1); Activos arrendados "Aguas Arriba" (3.8); Procesamiento de productos vendidos (3.10); Activos arrendados "Aguas Abajo" (3.13); Franquicias (3.14); Inversiones (3.15). Las fuentes marcadas con asterisco (*) corresponden al impacto de los productos comercializados, nueva fuente de emisión que se comenzó a reportar desde este año 2021.

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

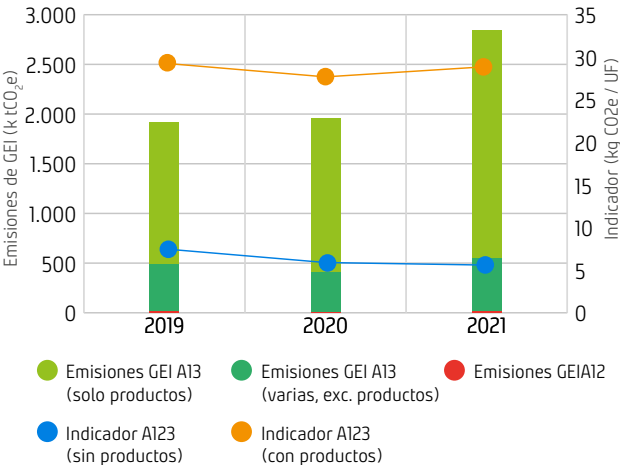
Indicadores de Intensidad de Emisión de Gases de Efecto Invernadero (305-4)

Emisiones de alcance 1 y 2 / superficie tiendas de Efecto Invernadero



Fuente: Proyectae.

Emisiones de GEI totales / UF vendida

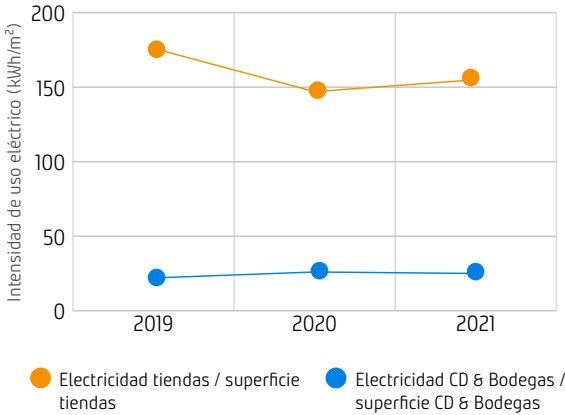


Fuente: Proyectae.



Por consistencia de la serie temporal, se reporta el indicador sobre el total de la Huella de Carbono medida históricamente (sin productos) y también se incluye el indicador con la nueva cobertura (con productos). Durante el desarrollo de la meta Science Based Target, es posible que se comience a utilizar un nuevo indicador: Emisiones GEI/valor agregado (kgCO₂e/USD), según lo indicado por la iniciativa.

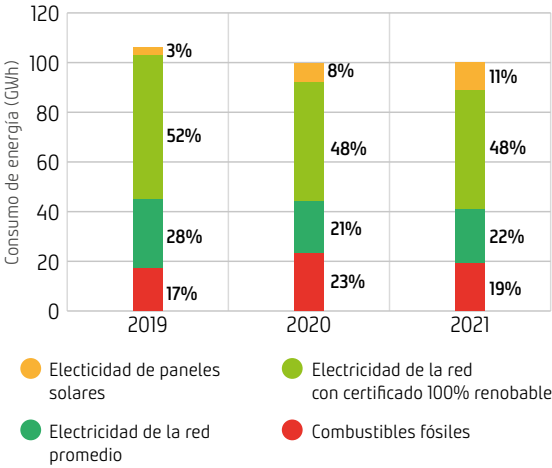
Intensidad de Uso Eléctrico (kWh/m²) (302-3)



Fuente: Proyectae.

A pesar de las iniciativas realizadas para reducir el consumo energético, principalmente cambio de luminaria a tecnología LED, sistema de monitoreo y gestión de la energía, este año se manifiesta un alza de 1 kWh/m² en el consumo, consideramos que esta alza está dada porque en 2020 el consumo eléctrico disminuyó como consecuencia de una menor actividad forzada por la pandemia y en 2021 la actividad en tiendas retomó un curso normal, por lo cual el consumo eléctrico aumentó levemente, pero sin retomar valores de 2019.

Distribución de Consumo Energético Según Fuente de Origen



Fuente: Proyectae.

Seguimiento compromiso reducir 30% alcance 1 y 2 al 2021, con respecto a 2017

Indicador	Unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Emisiones de GEI 1 y 2	k tCO ₂ e	40	32	28	23	24
Superficie tiendas	m ²	663.332	654.109	685.538	686.416	698.901
Emisiones de GEI 1 + 2 / m ² tienda	kgCO ₂ e / m ²	60	48	41	33	35
Reducción con respecto a 2017						
Reducción Emisiones GEI 1 y 2	k tCO ₂ e	-	-20%	-29%	-42%	-39%
Emisiones de GEI 1 + 2 / m ² tienda	%	-	-19%	-31%	-44%	-42%

Fuente: Proyectae.



Índice GRI

102-53: 102-55

Estándares 102

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2021 (GRI) INDICE DE CONTENIDOS GRI

Categoría Contenidos Generales			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 1. Perfil de la organización"	102-1	Nombre de la organización.	3
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	19
	102-3	Ubicación de la sede	3
	102-4	Ubicación de las operaciones	16, 17
	102-5	Propiedad y forma jurídica	16
	102-6	Mercados servidos	17,18
	102-7	Tamaño de la organización	17, 18, 113
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	115,116,70
	102-9	Cadena de suministro	18, 73
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	11, 17
	102-11	Principio o enfoque de precaución	19, 22, 25, 27, 38, 39,41,53
	102-12	Iniciativas externas	5, 25, 27, 45
	102-13	Afiliación a asociaciones	38, 110
GRI 102: Contenidos Generales 2. Estrategia"	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	5
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	10, 39

Categoría Contenidos Generales			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 3. Ética e integridad"	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	14, 50
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	50, 74
GRI 102: Contenidos Generales 4. Gobernanza"	102-18	Estructura de gobernanza	40, 45, 49
	102-19	Delegación de autoridad	45, 47, 49
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	40, 45
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	45, 46, 47, 49
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	46
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	45
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	19, 40, 45, 49
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	41, 45
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	19, 49, 52
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	41, 53
	102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	45
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	40
	102-35	Políticas de remuneración	50



Índice GRI

Estándares 103, 200-400

ESTÁNDARES DE REPORTES DE SOSTENIBILIDAD 2021 (GRI)

INDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	39
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	19, 22, 25, 50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	41

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	113
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	60
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	60
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	107
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	73
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	53,54,55
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	50, 54
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	54, 55

Categoría Contenidos Generales			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 5. Participación de los grupos de interés	102-40	Lista de grupos de interés	33,34
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	69
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	33
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	33, 39, 84
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	33,39
GRI 102: Contenidos Generales 6. Prácticas para la elaboración de informes	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	2
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	39
	102-47	Lista de temas materiales	39
	102-48	Reexpresión de la información	Reformulación de capacitación Socios CES en año 2020 pág. 87
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	No hay cambios significativos de alcance y cobertura
	102-50	Periodo objeto del informe	2
	102-51	Fecha del último informe	2
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	2
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	2, 127
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	2
	102-55	Índice de contenidos GRI	120
GRI 102: Contenidos Generales Verificación Externa	102-56	Verificación externa	3, 126



Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No hay demandas por estas causas durante el período
GRI 207: Impuestos	207-1	Enfoque de impuestos	114

Categoría Medioambiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	91
	302-3	Intensidad energética	119
	302-4	Reducción del consumo energético	91
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	96
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	91, 118
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	91, 118
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	91, 118
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	91, 118
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	91

Categoría Medioambiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	98
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	97
	306-3	Residuos generados	98
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	98
	306-5	Residuos destinados a eliminación	98
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	97
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	75

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	116, 117
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	62
	401-3	Permiso parental	65, 66



Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	67
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	67, 68
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	67
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	67
	403-9	Lesiones por accidente laboral	67
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	67
GRI 404: Capacitación y Educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	58
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	59
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	59
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	45, 115
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	65, 66
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	51

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	75
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	52
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	87, 107
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	107
GRI 414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	75
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	76, 77, 86
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	77, 86



Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	76
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	87
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	87
GRI 418: Privacidad de los clientes	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No hay demandas por estas causas durante el período
GRI 419: Cumplimiento Regulatorio	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	87

Categoría Temas Materiales no incluidos en Estándar GRI			
Tema Material		Descripción	Página
Empleo y clima	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60, 61
Cultura (incluye Programa de Calidad de Vida)	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60 a 64
Diversidad e Inclusión	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64 a 67



Carta de Verificación Externa



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

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

Informe de Verificación Limitada Independiente Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A.

Señores
Presidente y Directores
Sodimac S.A.
Presente

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada e independiente de los contenidos de información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A., el cual tiene por alcance temporal el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2021 y el 31 de diciembre de 2021. Toda información fuera de este periodo no fue parte de la verificación.

La preparación del Reporte de Sostenibilidad, la información y las afirmaciones contenidas, la definición del alcance del reporte, la gestión y el control de los sistemas de información que proporcionan los datos reportados, son de exclusiva responsabilidad de la Administración de Sodimac S.A.

Estándares y procedimientos de verificación limitada

Nuestra verificación limitada fue efectuada de acuerdo con la norma de verificación internacional para auditorías de información no financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Board de la International Federation of Accountants y el estándar para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objetivo de:

- ▶ Determinar que la información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A. estén debidamente respaldados por evidencias.
- ▶ Verificar la trazabilidad de la información presentada en el Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A.
- ▶ Determinar que Sodimac S.A. haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2021 conforme a los indicadores de desempeño y los principios del estándar GRI.
- ▶ Confirmar el nivel de aplicación declarado (Esencial) por Sodimac S.A. a su Reporte de Sostenibilidad 2021, según estándar GRI.

Procedimientos realizados

Nuestra labor de verificación limitada consistió en la indagación con representantes de la Dirección, Gerencias y Unidades de Sodimac S.A. involucrados en el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2021, así como en la realización de otros procedimientos analíticos y pruebas de muestreo tales como:

- ▶ Entrevistas con personal clave de Sodimac S.A. para evaluar el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2021, la definición de su contenido y sus sistemas de información subyacentes.
- ▶ Revisión de la documentación de respaldo proporcionada por Sodimac S.A.
- ▶ Revisión de fórmulas y cálculos asociados a información cuantitativa mediante re-proceso de datos.
- ▶ Revisión de la redacción del Reporte de Sostenibilidad 2021, asegurando que no se induzca a error o duda respecto a la información presentada.

El proceso de verificación limitada se realizó en base a la revisión puntual de temas materiales definidos por Sodimac S.A. asociados a los indicadores GRI identificados a continuación:

Contenidos generales

[102-1] [102-2] [102-3] [102-4] [102-5] [102-6] [102-7] [102-8] [102-9] [102-10] [102-11] [102-12] [102-13] [102-14] [102-15] [102-16] [102-17] [102-18] [102-19] [102-20] [102-22] [102-23] [102-24] [102-26] [102-28] [102-29] [102-30] [102-31] [102-32] [102-35] [102-40] [102-41] [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] [102-55] [102-56] [103-1] [103-2] [103-3]

Contenidos temáticos

[201-1] [202-1] [202-2] [203-1] [204-1] [205-1] [205-2] [205-3] [206-1] [207-1] [302-1] [302-3] [302-4] [303-5] [305-1] [305-2] [305-3] [305-4] [305-5] [306-1] [306-2] [306-3] [306-4] [306-5] [307-1] [308-2] [401-1] [401-2] [401-3] [403-1] [403-2] [403-4] [403-8] [403-9] [403-10] [404-1] [404-2] [404-3] [405-1] [405-2] [406-1] [407-1] [412-1] [413-1] [413-2] [414-2] [415-1] [416-1] [416-2] [417-1] [417-2] [417-3] [418-1] [419-1]

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad se limita exclusivamente a los procedimientos mencionados en los párrafos anteriores, y corresponde a una verificación de alcance limitado, la cual sirve de base para nuestras conclusiones. Por defecto, no aplicamos procedimientos de verificación razonable, cuyo objetivo es expresar una opinión de verificación externa sobre el Reporte de Sostenibilidad de Sodimac S.A. 2021. En consecuencia, no expresamos una opinión.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance señaladas anteriormente y basados en nuestro trabajo de verificación limitada independiente del Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A., concluimos que no ha llegado a nuestro conocimiento ningún aspecto que nos haga pensar que:

- ▶ La información y los datos publicados en el Reporte de Sostenibilidad 2021 Sodimac S.A. no están presentados de forma adecuada.
- ▶ El Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A. no haya sido elaborado en conformidad con la versión Esencial para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad según estándar GRI.
- ▶ La opción declarada por Sodimac S.A. no cumple con los requisitos para tal nivel, de acuerdo con lo establecido en la norma de aplicación GRI.

Recomendaciones de mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones, y con base en el alcance limitado de la verificación, hemos detectado ciertas oportunidades de mejora en el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac S.A. Estas oportunidades de mejoras se detallan en un informe de recomendaciones separado, presentado a la Administración de Sodimac S.A.

Saludamos atentamente a usted,

EY Audit SpA

Elanne Almeida, Partner

26 de mayo de 2022
I-00224/22



Cuestionario de retroalimentación

Agradecemos mucho su opinión. Por favor, envíe la encuesta escaneada y/o foto digital a:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad

E-mail: purbina@sodimac.cl

1. ¿A qué público de interés de Sodimac pertenece usted? (marque una alternativa)

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

2. De los siguientes capítulos contenidos en el Reporte ¿Cuál le pareció más interesante? Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos interesante y 5: el más interesante.

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

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

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



Glosario

Aspectos Materiales

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

Aprovisionamiento Responsable

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

Auditoría

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

Benchmarking

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

Biodiversidad

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

Cambio Climático

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

Código de Conducta

Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con las partes interesadas que deben ser aplicadas en todas sus operaciones. Al contrario de las obligaciones legales, los Códigos de Conducta son voluntarios, adoptados como parte del

compromiso de responsabilidad social de la empresa, buscando ofrecer una guía a los directivos y empleados para abordar los dilemas que surgen en el día a día cuando la toma de decisiones morales tiene implicancias económicas. Muchas empresas han comenzado a ampliar el espectro del Código a su cadena de abastecimiento.

Desarrollo Sostenible

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

Diálogo con los Grupos de Interés

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

Economía Circular

Modelo económico y productivo en el que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantiene en la economía durante el mayor tiempo posible, y se reduce al mínimo la generación de residuos (definición

de la Comisión Europea). Se basa en la gestión de los residuos a través de las 3R (reducir, reciclar, reutilizar). La idea subyacente es que el actual flujo lineal de los materiales (recursos-producto-residuos) necesita ser transformado en un flujo circular (recurso-producto-recursos reciclado).

Eficiencia Energética

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

Electromovilidad

Uso de sistemas de impulso o tracción que utilizan energía eléctrica aplicados a distintos medios de transporte. Alternativa más sustentable que reemplaza el uso de motores de combustión interna.

Gases Efecto Invernadero (GEI)

Fenómeno por el cual ciertos gases que componen la atmósfera del planeta retienen parte de la energía que el suelo emite al ser calentado por la radiación solar. Este proceso se ve acentuado con las emisiones y alta concentración, principalmente de CO₂ en la atmósfera, producto de la quema o evaporación de diversos



combustibles denominados “fósiles”, como el petróleo, el carbón o el gas natural, entre otros. Esto provoca un recalentamiento y contaminación de la superficie de la tierra.

Gestión Responsable de la Cadena de Aproveccionamiento

Práctica que identifica y controla los impactos económicos, sociales y ambientales de los procesos de aprovisionamiento de una organización. Para ello se actúa en dos frentes: a) asegurando que las prácticas hacia los proveedores sean éticas, mediante el establecimiento y cumplimiento de un Código de Conducta interno que evite las condiciones contractuales abusivas; b) asegurando que se seleccionen aquellos proveedores que controlan y gestionan sus impactos sociales y medioambientales, mediante el escrutinio de los mismos a través de criterios de evaluación y selección basados en el cumplimiento de requisitos sociales y ambientales.

Global Reporting Initiative (GRI)

Nacida en 1997, es una iniciativa conjunta entre la Organización No Gubernamental (ONG) CERES y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el propósito de cautelar la calidad, rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad confeccionados por las empresas. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para la Elaboración de los Informes de Sostenibilidad, con las

pautas, principios e indicadores a reportar. Al mismo tiempo, el GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser la instancia verificadora de la nueva norma ISO 26000 o de Responsabilidad Social. En mayo de 2013 entró en vigencia la Cuarta Guía del GRI denominada G-4, cuyo uso se hizo obligatorio a partir de enero de 2016. Hasta el 31 de diciembre de 2015, las empresas podían usar en período de transición la versión G3.1.

Gobierno Corporativo

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

Huella de Carbono

Es una medida del impacto que tienen las actividades humanas sobre el clima global y está expresado en términos de la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio. Para simplificar su presentación y comparabilidad, las emisiones de los diferentes GEI (vapor de agua, dióxido de carbono, metano, óxidos de nitrógeno, ozono y clorofluorocarbonos) se expresan en toneladas equivalentes de CO₂ (CO₂-e).

Involucramiento de las Partes Interesadas

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

Innovación

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

ISO 26000

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

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible —aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre de 2015 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas— entraron en



vigor oficialmente el 1 de enero de 2016. Con estos nuevos objetivos de aplicación universal, en los próximos 15 años los países intensificarán los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático garantizando, al mismo tiempo, que nadie se quede atrás. Más información en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/>

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

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

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)

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

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

Procedimiento Operativo Estándar (POE)

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

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)

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

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;

- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Retail

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

Sostenibilidad

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

Transparencia

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

Verificación

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





Diseño y producción:

Espacio Vital

www.espaciovital.cl

Equipo de Contenidos de Sodimac

Redacción y edición de texto:

Transparentia Consultores

Fotografías:

Archivo Fotográfico Sodimac



www.sodimac.cl