

2021

Reporte de

Sostenibilidad



Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.





Contenido

A nuestros grupos de interés	3
Cifras claves	6
Nosotros y nuestro reporte	8

1. Nuestra cultura 10

2. Gobierno corporativo 13

2.1 Nuestros órganos de dirección	14
2.2 Gestión de riesgos	18
2.3 Desempeño económico	21
2.4 Membresías y alianzas	22

3. Compromiso con la sostenibilidad 23

3.1 Gestión de sostenibilidad	24
3.2 Nuestros grupos de interés	25
3.3 Comprometidos con los ODS	27

4. Integridad 30

4.1 Derechos humanos	31
4.2 Sistema de integridad	31
4.3 Anticorrupción	34
4.4 Respeto por la competencia	35
4.5 Cumplimiento regulatorio	35
4.6 Política pública	35

5. Nuestro equipo 36

5.1 Asesores y asesoras	37
5.2 Atracción y retención del talento	38
5.3 Formación y desarrollo	45
5.4 Salud y seguridad en el trabajo	49
5.5 Libertad de asociación y negociación colectiva	52
5.6 (Equidad, Diversidad, Inclusión y Prevención de la Violencia)	53

6. Nuestros clientes 57

6.1 Innovación y transformación digital	58
6.2 Productos seguros	60
6.3 Comercio responsable	61
6.4 Privacidad de los datos de los clientes	62
6.5 Experiencia del cliente	62

7. Cadena de suministro 63

7.1 Nuestros proveedores	64
7.2 Compromiso de sostenibilidad	65
7.3 Evaluación de proveedores	65

8. Compromiso con la comunidad 66

8.1 Fe y Alegría	67
8.2 Techo	67
8.3 Cuidémonos como en casa - Donaciones por COVID -19	67

9. Nuestro ambiente 68

9.1 Emisiones: Huella de carbono	70
9.2 Consumo de energía	72
9.3 Consumo de agua	73
9.4 Gestión de Residuos Sólidos	73

Anexo 1: Contenido del reporte	74
Anexo 2: Información demográfica de asesores/as	76
Índice de contenidos del GRI	78
Índice del pacto mundial	84

A nuestros grupos de interés



Estimados/as

El 2021 fue un año muy desafiante, principalmente por la continuidad de la crisis sanitaria, la cual nos retó a reforzar los cuidados con nuestros/as asesores/as y clientes/as, garantizando una experiencia de trabajo y compra segura e innovadora. Todo ello, guiados/as por nuestro propósito de simplificar y disfrutar más la vida.

Wilhem Ramberg Arnillas
Gerente General



El gran protagonista en este escenario fue la digitalización debido al fuerte crecimiento de las compras online; por ello, potenciamos la estrategia #TurboDigitalización con el fin de entregar la mejor experiencia omnicanal a nuestros/as clientes/as. Reforzamos también nuestro compromiso con la sostenibilidad, a través de diferentes iniciativas alineadas con los focos estratégicos del negocio.

En el marco de la #TurboDigitalización, innovamos en el desarrollo de los canales de venta a distancia y en el fortalecimiento sostenido de capacidades logísticas. Como resultado, hemos reducido significativamente los plazos de entrega de los productos, con un 70 % de entregas en 24 horas o menos. Además, este año cumplimos la promesa de entrega Same Day tanto para retiro en tienda como despacho a domicilio.

Nuestra prioridad siempre ha sido nuestro/as clientes/as, por eso, implementamos proyectos, mejoras en procesos y acciones de alto impacto, a través de un trabajo en equipo entre las áreas, logrando permear la toma de decisiones centrada en las necesidades de ellos/as y priorizando la digitalización en función de los nuevos hábitos de consumo y compra.

Nuestras iniciativas generaron niveles históricos en la medición de satisfacción de clientes – NPS y, por otro lado, la modernización de la posventa permitió alcanzar los menores índices de reclamo en la historia de nuestra empresa. Nuestro WhatsApp nos permitió entregar un servicio más personalizado.

Mantuvimos la plataforma #CuidémonosComoEnCasa para fomentar las medidas de bioseguridad en la prevención del COVID-19. Además, creamos **La Medida que te cuida**, una campaña multiskateholder, cuya imagen fue un producto característico de las marcas: la huincha.

Reafirmando el propósito de marca: “Simplificar y disfrutar más la vida”, continuamos en el desarrollo de contenidos que inspiraran a las familias a través de distintas plataformas como **Inspírate y Lo encontré en Sodimac**, además de, otras campañas y catálogos digitales.



Considerando que la diversidad es uno de los pilares de la empresa, desarrollamos acciones que responden a una política de equidad e inclusión:

- **Audio Terrazas**, A través del método Blnatural, utilizamos sonidos, efectos y técnicas de locucion sonora, innovando en la creacion de contenidos enfocados en una experiencia inclusiva sobre todo para las personas con discapacidad visual que no habian podido acceder a los tradicionales anuncios o catalogos.
- Expusimos la brecha de género en el sector construcción; Sodimac Constructor y MAESTRO desarrollaron **Clases Maestras**, una semana de capacitaciones impartida enteramente por mujeres del rubro construcción para evidenciar su expertise e incentivar a muchas otras a incursionar en estas carreras. La actividad tuvo un alcance de aproximadamente 900,000 personas. Además, durante la Gran Feria de Capacitación, realizamos el panel balances y perspectivas de la equidad de genero en el sector de la construcción.
- La campaña **Mascarillas Inclusivas** fue finalista del Premio ANDA en la categoría Reacción Rápida.

- Logramos un Effie Plata y un Effie Bronce por las campañas **Mil Motivos para Estar Afuera y Playa para Todas y Todos**, respectivamente.

Destacamos el trabajo realizado en el pilar de **gobierno corporativo**, pues retomamos el desarrollo del diagnóstico Index . Además, alineados a nuestro compromiso ético, reforzamos la difusión del Canal de Integridad.

Priorizamos el bienestar de **nuestros/as asesores/as** y la prevención del COVID-19, por lo que continuamos con el programa #JuntosNosCuidamos.

Ingresamos al ranking de las mejores empresas con más de 1,000 trabajadores de Great Place to Work 2021, ubicándonos en el puesto 3 °.

Mantuvimos el foco en la diversidad e inclusión a través de nuestra Estrategia EDIPVI (Equidad, Diversidad, Inclusión y Prevención de la Violencia). Dentro de los principales logros:

- Fortalecimos las comunidades EDIPVI (Mujeres

Conectadas, Junto a Ti, Espíritu Joven, Comunidad LGBT+ y Aliad@s, Nuevas Masculinidades y Talento Z), presentes a partir de este año en el nuevo Workplace corporativo. Asimismo, la iniciativa de Comunidad LGBT+ y Aliad@s pasó a estar presente en todo el grupo.

- Reforzamos también Mujeres Conectadas con el lanzamiento de un programa de mentoría, el cual se centró en potenciar el liderazgo de las participantes a través de espacios de conversaciones cercanas.
- Potenciamos el programa Junto a Ti, dirigido a la inserción laboral de personas con discapacidad, a través de iniciativas como Mascarillas Inclusivas y Manos que Unen.
- Nos enfocamos en reinventar a nuestra comunidad de adultos/as mayores, quienes pasaron a trabajar de forma remota a razón de la emergencia sanitaria.

Nuestra Escuela de Excelencia de Sodimac y MAESTRO desarrolló un plan de aprendizaje alineado a la cultura y pilares estratégicos de la organización y diseñado para

seguir brindando la mejor experiencia de compra. Las herramientas de aprendizajes tuvieron distintos frentes: capacitar en los proyectos principales de nuestra empresa, para todos los roles de servicio al cliente, en habilidades comerciales, especialización omnicanal y certificaciones para seguir siendo una empresa segura.

En el ámbito de la selección de talento, continuamos con los procesos de reclutamiento de manera digital, integrado totalmente a la cultura diversa e inclusiva de nuestra empresa, por lo que buscamos eliminar sesgos y reducir las brechas generacionales y de género. Así mismo, impulsamos distintas acciones para dar oportunidades de desarrollo profesionales a través de concursos internos. En el 2021, el 72 % de los procesos centralizados fue cubierto por talento interno, superando en cuatro puntos el resultado del año anterior.

Seguimos avanzando en nuestro Banco de Talentos, programa de desarrollo para formar líderes en la organización, a esto se sumaron iniciativas para atraer a jóvenes profesionales con alto potencial.

Con respecto a nuestra **cadena de suministro**, este año reactivamos las autoevaluaciones y auditorías Sedex y

¹ Index es una herramienta de integración desarrollada por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile) para Sodimac Corporativo, que en su desarrollo integra tres campos estratégicos:

1. Políticas públicas: a través de los principales instrumentos normativos internacionales de la sostenibilidad, reconocidos a nivel global (Pacto Mundial). 2. Principales herramientas metodológicas: metodología internacionalmente reconocida en el campo de la sostenibilidad (ISO 26000, GRI entre otras). 3. Criterios de mercados financieros: variables de evaluación para riesgos no-financieros, utilizadas por el mundo de los inversionistas (S & P Global).

lanzamos el programa Creciendo Juntos, dirigido a emprendimientos, MYPES y PYMES. Buscamos contribuir al desarrollo sostenido de estos proveedores, a través de la visibilidad de sus marcas, la capacitación en temas de relevancia y el acceso a beneficios de facturación. La atención a nuestras **comunidades** continuó vigente con variaciones alineadas al contexto de la emergencia sanitaria. Con el fin de cuidar la salud de nuestros/as asesores/as, la estrategia de voluntariado se enfocó en la venta de rifas para la Asociación Fe y Alegría, la cual obtuvo muy buenos resultados generando más de 3,768 horas de voluntariado.

Continuamos con la estrategia de donaciones dirigida al mejoramiento de espacios en el marco de la reactivación de la presencialidad en el contexto de pandemia, contribuyendo principalmente en alianzas con la misma Asociación Fe y Alegría, TECHO entre otras.

Nuestra **gestión ambiental** se enfocó en un constante monitoreo al impacto de la operación, con el fin de generar estrategias de mitigación y reducción de las emisiones. Nuestra huella de carbono en el 2021 fue de 272 ktCO₂eq.

Nuestros desafíos para este 2022 son:

- Seguir mejorando la experiencia cliente en tienda a partir de la transformación digital y potenciar nuestros canales web y APP, con el fin de conocer cada vez más y satisfacer las necesidades de nuestro/a cliente/a omnicanal.
- Reforzar el desarrollo de nuestros/as clientes/as especialistas a partir de la iniciativa de Capacitaciones Digitales, La Gran Feria de Capacitación y Círculo de Especialistas, con el objetivo de fortalecer su oferta comercial y propuesta de valor.
- Continuar desarrollando el talento de nuestros/as asesores/as a través de programas de capacitación que les permitan crecer de forma profesional y personal; todo ello garantizando su seguridad física y salud emocional a través del programa Juntos Nos Cuidamos.
- Ampliar el alcance del programa Juntos Construimos Sostenibilidad dirigido proveedores/as, el cual nos permite alinear nuestra cadena de valor a los principales aspectos ASG. Asimismo, fortaleceremos el programa Crecemos Juntos, dirigido a PYMES, MYPES y emprendimientos peruanos con el objetivo de contribuir con su desarrollo sostenible y la formalización en el país.
- Reforzar nuestra estrategia ambiental con iniciativas que permitan acelerar la aspiración de ser carbono neutral en el menor tiempo posible. Buscaremos reducir nuestra Huella de Carbono en un 5%, a partir de la generación de eficiencias en el consumo de agua, energía, papel y la promoción de la electromovilidad y la movilidad sostenible. Además, incrementaremos el alcance de nuestra gestión de residuos, dirigido tanto clientes/as como a asesores/as.

Satisfechos de los logros obtenidos, presentamos nuestro reporte de sostenibilidad correspondiente al año 2021, publicado por octavo año consecutivo y elaborado bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Las acciones aquí reportadas son fruto del trabajo en equipo de nuestros/as asesores/as que se esforzaron para seguir superando las expectativas de nuestros/as clientes/as y cumplir con nuestro propósito de marca: **"Simplificar y disfrutar más la vida"**.

Wilhem Ramberg Arnillas
Gerente general

(GRI 102-14)



Cifras claves



+40,000

productos de construcción
y mejoramiento del hogar



+20 Quick Wins

para simplificar la vida de
nuestros/as clientes/as
y asesores/as



9,413 Asesores/as

de los cuales

41.7% son mujeres

58.3% son hombres



+380,000

horas de capacitación hacia
nuestros/as asesores/as



+1,500

casos atendidos a través
de nuestro **Programa Confía**



+800 Asesores/as

formaron parte de nuestro
programa **Reinvéntate**



Lanzamos
#CrecemosJuntos,
programa dirigido a MYMES,
PYMES y emprendimientos



+S/120,000.00

donados al programa **Escuelas Digitales**
de Fe y Alegría.

Medimos nuestra Huella de
carbono 2021 con un resultado de

272 kt CO₂-eq

(GRI 102-7)

Premios y distinciones 2021

Reconocimiento Diversidad e Inclusión 2021:

reconocimiento especial como finalistas del concurso Buenas Prácticas en la categoría Diversidad e Inclusión otorgado por el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (Conadis).

Distintivo Empresa Socialmente Responsable 2020

por octavo año consecutivo.

Certificación Mejores Lugares para el Talento LGBTIQ+:

certificación otorgada por la ONG Presente que nos reconoce como uno de los mejores lugares para el desarrollo del talento LGBTIQ+ en el Perú. Tercer puesto en el ranking de **Mejores Empresas para el Talento LGBTIQ+** y fuimos catalogados dentro del Top 5 de empresas más transinclusivas de la misma organización.

Puesto 1° en el GPTW en Diversidad e Inclusión 2021

por segundo año consecutivo.

Puesto 8° en el GPTW Millennials.

Reconocimiento Merco Perú 2021:

puesto 50° entre las empresas peruanas con mejor reputación empresarial y una de las 100 mejores empresas en la edición de Talento.

Puesto 3° en el GPTW 2021

a nivel nacional.

Best Work Places 2021: reconocidos por Computrabajo como una de las mejores empresas para trabajar en el Perú.

² GPTW: Great Place To Work





Nosotros





Nosotros y nuestro reporte

(GRI 102-2) (GRI 102-3) (GRI 102-4) (GRI 102-5) (GRI 102-7)
(GRI 102-45) (GRI 102-50) (GRI 102-51) (GRI 102-52) (GRI 102-54).

Ofrecemos más de 40,000 productos de construcción, remodelación y mejoramiento del hogar con los que buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros/as clientes/as.

Nuestras marcas son:

- Sodimac Homecenter
- Sodimac Constructor
- MAESTRO

Operamos a nivel de Latinoamérica en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y México.

En Perú, nuestras operaciones son:

- Oficina de Apoyo (central) en la Av. Angamos 1805 Surquillo (Lima).
- Centro de Distribución en Lurín (Lima).
- Veintinueve tiendas Sodimac y veintisiete tiendas MAESTRO distribuidas en Lima Metropolitana, Callao y doce regiones a nivel nacional.

Empezamos en Perú, constituidos como Sodimac Perú S.A. el 16 de junio de 1998, siendo una persona jurídica de derecho privado que se rige por sus estatutos y la Ley General de Sociedades del Territorio Peruano. Nuestras operaciones se iniciaron en el 2004 con la apertura de la tienda en el distrito de San Miguel (Lima). En septiembre del 2014 adquirimos el 100 % de las acciones de la cadena

especializada en mejoramiento del hogar y la construcción MAESTRO Perú S.A. (luego Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.).

A fines del 2018 se acordó la fusión por absorción de Sodimac Perú S.A. por parte de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A., fijando la entrada en vigor de esta a partir del 1 de enero del 2019.

Publicamos anualmente nuestro reporte de sostenibilidad; en esta octava edición, abarcamos el año calendario 2021. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI .

Las entidades incluidas en nuestros estados financieros consolidados son:

- Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.
- Inmobiliaria Domel S.A.C.
- Maestro Perú Amazonía S.A.C.
- Sodimac Perú Oriente S.A.C.
- Industriales Delta S.A.C.

³ GRI: Global Reporting Initiative.

1.



Nuestra Cultura



1. Nuestra Cultura

(GRI 102-16)

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/as clientes/as.

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/as, asesores/as y proveedores/as en Latinoamérica.

NUESTROS PROPÓSITO

juntos 
por un mismo propósito:
*simplificar y
disfrutar más la vida*



NUESTROS PRINCIPIOS CULTURALES FALABELLA:



- **SOMOS UN EQUIPO.**



- **SUPERAMOS LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES.**



- **HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN.**



- **ACTUAMOS CON SENTIDO.**



- **CRECEMOS POR NUESTROS LOGROS.**

NUESTROS ELEMENTOS CULTURALES:

- Todos nos llamamos asesores o asesoras.
- Sentido de la familia.
- Nuestra pechera Sodimac y nuestro chaleco MAESTRO son símbolos de identidad e integración.
- El desarrollo de las personas es nuestra base.
- Política de puertas abiertas y canales de comunicación.
- Nuestro respeto por la diversidad.
- Nuestro grito de poder es el ritual que nos da fuerza.

2.



Gobierno
corporativo





2.1 Nuestros órganos de dirección

Accionistas

En el 2021 nuestra empresa realizó un cambio en el accionariado de la sociedad:

Capital social de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.: S/ 1,530,670,876:

- Inverfal Perú S.A.A.: 1,530,670,875 acciones que representan el 99.9999 % del capital social.
- Inversiones Falabella S.A.: una acción que representa el 0.0001 % del capital social.

Junta General de Accionistas

Se reúne obligatoriamente una vez al año; dentro de los tres meses siguientes al término del ejercicio económico. Sus funciones están detalladas en los estatutos, en las que destaca su pronunciamiento sobre la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior, expresados en los estados financieros del mismo. Esta junta también

es la responsable de nombrar, remover y reemplazar a los miembros del Directorio, en caso corresponda.

Directorio (Estatutario Perú)

Compuesto por un número no menor de tres ni mayor de siete miembros, con una duración de tres años. Para ser director no se requiere ser accionista; es un cargo que recae en personas naturales, de acuerdo con sus capacidades. Se elige tanto directores titulares como suplentes (en caso corresponda). El Directorio es nombrado por la Junta General de Accionistas en la junta anual y antes de cada elección dicha junta debe acordar el número de directores que deberán elegirse para el periodo respectivo.

Para el periodo 2021 los directores de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. fueron:

- Presidente (no ejecutivo): Juan Fernando Correa Malachowski, de nacionalidad peruana.
- Director (no ejecutivo): Juan Xavier Roca Mendenhall, de nacionalidad peruana.

- Director (no ejecutivo): Gonzalo Somoza, de nacionalidad chilena.
- Director (ejecutivo): Alejandro Arze Safian, de nacionalidad chilena.

El presidente del Directorio es el Country Manager de Falabella Perú, sociedad accionista de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A., pero no ejerce labor ejecutiva directa.

El Directorio se reúne por lo menos una vez al año. Representando a Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. asiste el gerente general, quien expone:

- Temas de riesgo y contingencia y los resultados de la empresa: presentación de resultados país desagregado por formato y/o línea de negocio (Retail, Wholesale, NSR, subgrupos).
- Temas específicos por área (según agenda).

- Safe Guardian (contratos entre partes relacionadas, auditoría, riesgo y cumplimiento, juicios y contingencias).
- Establecimiento de objetivos, valores y estrategia.

² El 100 % de los miembros del Directorio son hombres.
³ No tiene vínculo laboral con la empresa.
⁴ Ejerce labores en Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

(GRI 102-20)

El Directorio tiene las facultades de gestión y representación legal necesarias para la administración y dirección de la sociedad dentro de su objeto, con excepción de los asuntos que la Ley General de Sociedades, el Estatuto Social y las leyes pertinentes atribuyen a la junta general de accionistas. Sus funciones principales son:



Instalar y crear sucursales, agencias u oficinas fuera del país.



Comprar, vender, permutar y en general, enajenar bajo cualquier título acciones de la sociedad.



Vender, donar o ceder a título oneroso, permutar, comprar, vender, prometer, comprar y otorgar promesa de venta de bienes inmuebles o derecho sobre inmuebles.



Vender, donar o ceder marcas, patentes, diseños industriales u otra forma de propiedad industrial e intelectual de titularidad de la sociedad o constituir a favor de terceros derechos de cualquier naturaleza sobre ellos.



Autorizar y otorgar facultades para realizar y ejecutar donaciones.



Garantizar cualquier clase de obligaciones propias de la sociedad o sus filiales, ya sean civiles, naturales, mercantiles, tributarias o de cualquier otra naturaleza de acuerdo a las normas vigentes.



Celebrar cualquier clase de pacto o convenio entre socios o accionistas de una sociedad en la que la sociedad tenga una participación social o accionaria.



Proponer a la Junta General de Accionistas los acuerdos que crea convenientes a los intereses sociales.



Presentar a la junta la memoria, los estados financieros y la propuesta de aplicación de utilidades.



Revisar y aprobar cualquier acto o contrato que exceda a las atribuciones de la gerencia general.



Nombrar y remover a los/as apoderados/as, representantes y cualquier otro/a funcionario/a al servicio de la sociedad y conferirles las facultades que estime convenientes.



El Directorio puede delegar u otorgar poderes y/o facultades al gerente general y las gerencias de primera línea, así como a cualquier funcionario que cumpla con los requisitos. El área Legal comunica el requerimiento al área de Asuntos Legales Corporativos para que consideren la delegación de facultades en la reunión del Directorio de fecha próxima y en la convocatoria correspondiente. Se renueva cuando corresponda y el negocio lo requiera.

(GRI 102-19) (GRI 102-26)

El Directorio cuenta con los siguientes comités:

DIRECTORES Y TRIBUTARIO

- Vela por la veracidad de los resultados reportados por el negocio.
- Verifica en detalle los avances respecto al Safe Guardian y el desarrollo sostenible del negocio.

AUDITORÍA

- Aprueba y realiza el seguimiento al Plan anual de auditoría.
- Revisa los riesgos más relevantes y el estado de implementación de los planes de acción.
- Participan directores, el gerente general y el gerente de Contraloría.
- Sesiones semestrales.

RIESGO

- Sesiona seis veces al año.

(GRI 102-22)

Cada miembro del Directorio se autoevalúa una vez al año, considerando los siguientes criterios:

- Desempeño como miembro del Directorio.
- Desempeño del Directorio como órgano.
- Operación y dinámica del Directorio.
- Desempeño de la secretaría del Directorio.
- Alta gerencia.

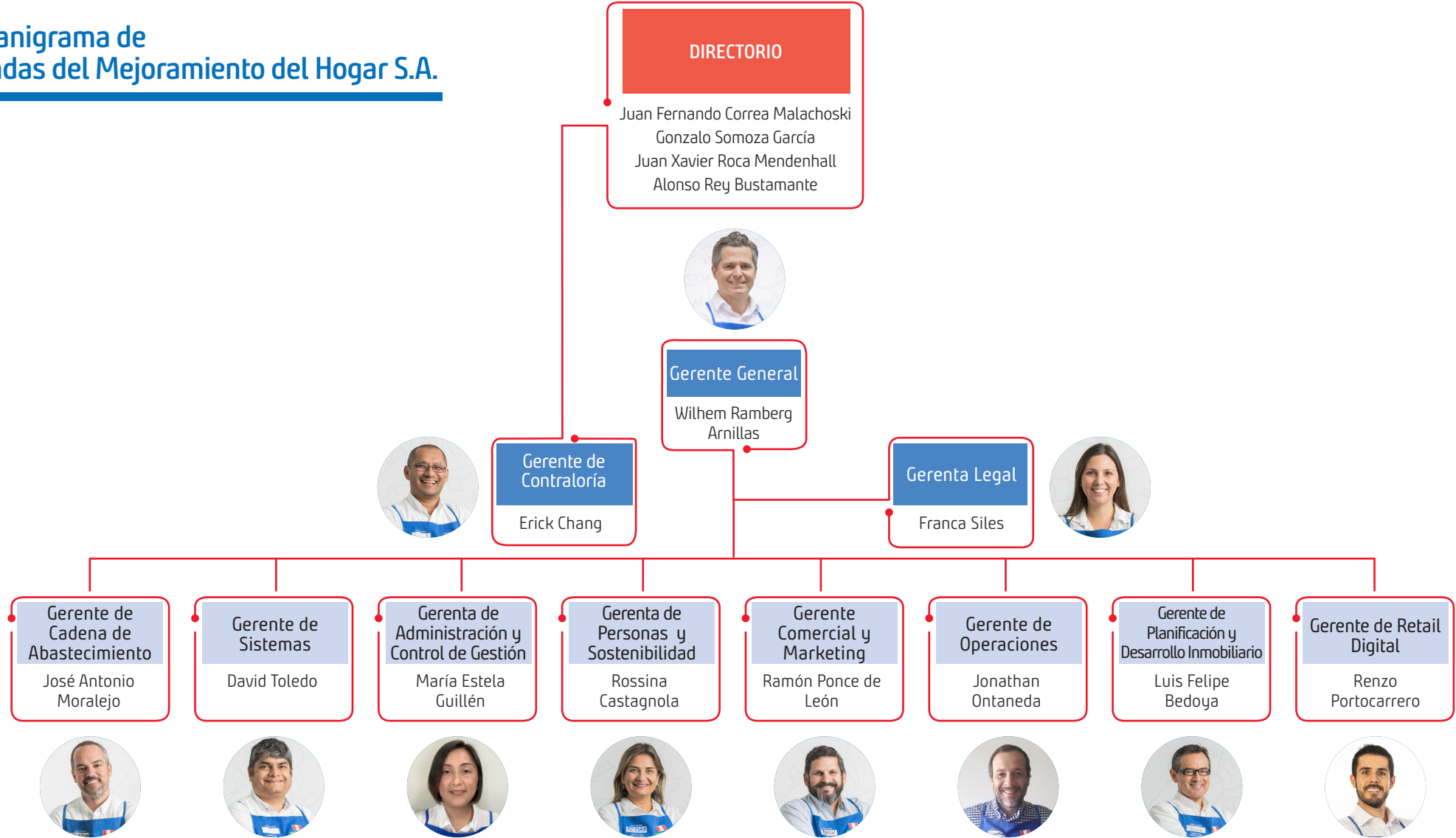
(GRI 102-28)

Comité Ejecutivo de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

Conformado por los/as gerentes/as de primera línea. Su función es garantizar la ejecución directa de las operaciones de la empresa en los aspectos económicos, ambientales y sociales. Oficialmente, no figura como órgano de la sociedad, según los estatutos.

(GRI 102-20)

Organigrama de
Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.



PROHIBIDO

Instancias corporativas

Como parte de un grupo transnacional con sede en Chile, contamos adicionalmente con dos instancias corporativas dentro del gobierno corporativo:

- **Comité de Gestión País**

Cuenta con la asistencia de los gerentes de Sodimac Corporativo y algunos miembros del Comité Ejecutivo de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. Este comité funciona durante los meses que no hay Directorio (Estatutario Perú).

- **Equipo y comité ejecutivos corporativo**

Encabezado por el gerente general corporativo, quien supervisa a los gerentes generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. (Perú) y Sodimac México. Además, lidera un comité ejecutivo corporativo, conformado por los gerentes corporativos de cada área, que se reúne semanalmente. (GRI 102-18)

2.2 Gestión de riesgos

La gestión de los riesgos es un proceso transversal a todas las áreas de la empresa, en el cual se identifica los riesgos provenientes de las amenazas y vulnerabilidades del negocio para la implementación de planes de acción.

Al cierre del año 2021 se identificó 462 riesgos. Se priorizó la gestión de nueve riesgos (dos críticos y siete altos), 153 fueron evaluados como medios y 300 como bajos.

(GRI 102-29) (GRI 102-30)

Gobernanza de la gestión del riesgo

Constituida a partir del Directorio, al cual se presenta semestralmente los resultados de la gestión de riesgos. A nivel ejecutivo contamos con cuatro comités que se complementan entre sí y velan por el monitoreo permanente de los riesgos asociados al negocio.

COMITÉ DE RIESGOS Y CUMPLIMIENTO



- Sesión bimestral (cada dos meses).



- **Participan:** gerente general, gerente de Administración y Finanzas, gerente Legal, gerente de Operaciones, gerente de Abastecimiento, gerente de Sistemas, gerente de Retail Digital, gerente de Contraloría, gerente de Personas y Sostenibilidad, gerente comercial y el subgerente de Seguridad Física, Riesgo y Cumplimiento.



- Monitorea permanentemente la gestión de los riesgos, el seguimiento de los planes de reducción de estos y el despliegue de la cultura de gestión de riesgos en la empresa.



La Matriz Integral de Riesgos

Es la principal herramienta para trabajar en los riesgos, sus impactos y controles:

CONFORMADA POR SEIS MATRICES DE RIESGO EN:

- Tecnología de la información
- Cumplimiento
- Personas
- Financieros
- Crédito
- Operacionales

PRINCIPALES CATEGORÍAS DE RIESGO:

- Vandalismo y disturbios sociales
- Gestión de inventarios
- Daño a personas y activos físicos
- Seguridad y calidad del producto
- Seguridad de la información y protección de datos
- Barreras de crecimiento del e-commerce
- Medios de comunicación
- Gestión de reclamos
- Reporte financiero

DIMENSIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO POTENCIAL DEL RIESGO

Dimensión	Ponderación
Impacto en la vida humana o daños a personas que trabajan en nuestras tiendas o a nuestros/as clientes/as y terceros.	30%
Impacto legal o penal, en el cumplimiento regulatorio en las localidades donde operamos.	25%
Impacto en la reputación de la empresa.	25%
Impacto económico financiero de un evento o sus consecuencias.	20%

Para la evaluación de aquellos riesgos que tienen el potencial de impactar en más de una dimensión, la evaluación tiene en cuenta el impacto combinado en ambas dimensiones.

REPORTE

Va dos meses al gerente general por cada gerente de comité, quienes son los gestores de sus riesgos como primera línea.

Continuamos trabajando en la hoja de ruta de la implementación de la plataforma para migrar a la nueva Matriz de Riesgos que está compuesta por riesgos estratégicos.

Logros 2021

Fortalecimiento de la cultura de la gestión del riesgo que involucra:



Compromisos 2022

(GRI 102-29) (GRI 102-30)

- Continuar con la hoja de ruta en cuanto a la modernización de la herramienta de gestión de riesgos.
- Profundizar en la valoración de los riesgos y controles en las mesas operativas.
- Alcanzar un nuevo estándar en la gestión de los riesgos de los procesos que tienen impacto en el reporte financiero mediante la aplicación de la metodología SOX.

2.3 Desempeño económico

Nos permite conocer todos los ámbitos de la interacción económica de la empresa no solo a nivel financiero, sino también a nivel de satisfacción de nuestros/as asesores/as, clientes/as y proveedores/as. De igual manera, los indicadores de sostenibilidad nos impulsan a ir más allá de la situación financiera de la empresa.

(GRI 201, 103-1) (GRI 201, 103-2)

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. cuenta con indicadores de gestión (KPI-Key Performance Indicators) con los que evalúa mes a mes su desempeño. Estos indicadores nos permiten dar continuidad a las buenas prácticas, identificar oportunidades de mejora y apostar por el crecimiento conjunto con nuestros principales grupos de interés.

- Ventas netas: S/ 3,903.033 M Incremento del 47.0 % con respecto al 2020
- Capitalización:
 - Deuda S/ 573,044 M (24.26 %)
 - Capital S/ 1,789.044 M (75.74 %)



Valor directo generado y distribuido

IMPACTO ECONÓMICO	2021 (M S/)	2020 (M S/)
Valor económico directo creado (VEC)		
a) Ingresos ¹	3,903,033	2,654,831
Valor económico distribuido (VED)		
b) Costos operativos (pago a proveedores) ²	-2,902,174	-1,965,621
c) Retribución a asesores/as ³	-420,443	-327,941
d) Pagos a proveedores de fondos ⁴	-196,598	-65,939
e) Pagos a gobiernos ⁵	-92,423	-17,884
f) Inversiones en la comunidad	-411	-324
Total del valor económico distribuido	-3,612,049	-2,377,709
Valor económico retenido (VER = VEC-VED)	290,983	277,122

(1) Incluye ingresos financieros, ingresos por servicios y otros ingresos, así como venta de activos.

(2) Incluye gastos generales: publicidad, instalaciones, consultorías y otros.

(3) Incluye gastos de personal: remuneraciones, bonificaciones, incentivos y otros, así como beneficios sociales.

(4) Proveedores de fondos: dividendos, intereses a proveedores de préstamos, intereses de cualquier forma de deuda, préstamos y pagos vencidos a accionistas.

(5) Impuestos y sanciones.

(GRI 201-1)

Anualmente, el Directorio y la Junta Anual de Accionistas revisan nuestros estados financieros, los cuales abarcan la gestión de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

(GRI 201, 103-3)

2.4 Membresías y Alianzas

(GRI 102-12) (GRI 102-13)

Somos miembros de las siguientes organizaciones:

- Asociación de Anunciantes del Perú - ANDA.
- Cámara Peruana de la Construcción - Capeco.
- Cámara de Comercio Americana del Perú - AmCham.
- Cámara de Comercio de Lima.
- Comunidad PAR.
- GenderLab
- Pride Connection Perú.
- Sedex, a nivel corporativo.
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú.

Y mantenemos alianzas con las siguientes Instituciones, organismos gubernamentales y no gubernamentales:

- Aequales
- Fe y Alegría
- TECHO
- MIMP: Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables
- Mintra: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
- MIDIS: Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social
- MINAM: Ministerio del Ambiente
- Municipalidades
- Conadis
- Centro Ann Sullivan
- Inclulab
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- ONG Presente
- Fundación Forge



3.



Compromiso con la Sostenibilidad





3.1 Gestión de Sostenibilidad

(GRI 102-20)

Política de Sostenibilidad

Estamos comprometidos en ser una empresa sostenible con nuestros/as clientes/as, asesores/as, proveedores/as, comunidad, ambiente y la sociedad en general, buscando aportar al desarrollo de los países donde estamos presentes.

Hoy, somos muy conscientes del impacto significativo que generamos a nivel económico, social y medioambiental, y continuamos reforzando la sostenibilidad como un compromiso transversal de toda nuestra empresa, que en la práctica se ve reflejado en el trabajo constante con todos nuestros grupos de interés.

Crecimiento responsable y sostenible

CRECIMIENTO

- Crecer, generando mejores accesos, canales de comunicación, mejores productos y servicios para nuestros/as clientes/as.

RENTABILIDAD

- Para perdurar en el tiempo, reforzamos en nuestras capacitaciones la eficiencia en nuestras acciones; pues, la productividad lleva al éxito.

SOSTENIBILIDAD

- Contribuir con el desarrollo integral de nuestros/as clientes/as, asesores/as, proveedores/as y comunidades, reduciendo a la vez el impacto de nuestras operaciones en las comunidades y el ambiente.

Nuestro objetivo fundamental es reafirmar nuestro compromiso de ser una empresa sostenible a través de la mejora continua, por lo que cumplimos con una serie de iniciativas externas:

- Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE.
- Norma ISO 26000: Responsabilidad Social.
- Estándares del Global Reporting Initiative (GRI).
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI).
- Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS).
- Compromiso de Perú frente al cambio climático (Acuerdo de París).

Gestionamos y cumplimos nuestra Política de Sostenibilidad, incorporando los planes y acciones de la estrategia de sostenibilidad, alineados a políticas e iniciativas externas mencionadas para velar por la imagen de la empresa a través de las relaciones sólidas con los grupos de interés, garantizando acciones que cumplan con la normativa legal, los estándares nacionales e internacionales y a la vez, potenciar su crecimiento a largo plazo.

Comité de Sostenibilidad, Equidad, Diversidad e Inclusión

Contamos con un comité que sesiona una vez al mes con la finalidad de:

- Actuar en coherencia con nuestras políticas y lineamientos relacionados a sostenibilidad y diversidad.
- Establecer acciones para promover la diversidad e inclusión.
- Identificar necesidades en las poblaciones vulnerables de la empresa.
- Revisar casos que atenten contra los derechos humanos en la empresa.
- Asegurar el cumplimiento de nuestra Estrategia EDIPVI.

3.2 Nuestros grupos de interés

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

3.2.1 3.2.1 ¿De dónde partimos?: nuestros grupos de interés

Construimos relaciones sólidas con nuestros grupos de interés, pilares básicos en nuestra gestión.



Nuestros grupos de interés se identificaron tomando en cuenta:

- **Influencia:** grupos que tienen o tendrán posibilidad de influenciar la capacidad de Sodimac Perú para alcanzar sus metas, ya sea que sus acciones puedan impulsar o impedir su desempeño.
- **Dependencia:** grupos que dependen de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.



3.2.2 Canales de diálogo

ASESORES Y ASESORAS

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte	Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Conversando Juntos	Mensual	Necesidades vinculadas al impacto en cultura y clima Gestión del liderazgo de primera y segunda línea	Summit #TurboDigitalización	Semestral	Espacio donde se comparte con los/as líderes/as los avances y logros de cada área relacionados a la estrategia #TurboDigitalización
Reuniones de Confianza	A solicitud	Necesidades vinculadas al impacto en cultura y clima Relación entre equipos y líderes de tienda	Comunidades EDIPVI	Permanente	Comunidades internas para generar sentido de pertenencia e interacción entre personas que tienen características y necesidades en común o que quieren ser agentes de cambio
Herramientas virtuales: <ul style="list-style-type: none">• Muros digitales• Podcast +Juntos• Boletín SM te informa• Workplace	<ul style="list-style-type: none">• Permanente• Permanente• Mensual• Mensual• Semanal	Noticias sobre la empresa Orientación sobre la emergencia sanitaria Grupos de trabajo / integración / temas diversos	Encuesta GPTW	Anual	Medición del clima organizacional por una entidad externa
Reuniones generales	Semestral	Logros obtenidos y nuevos focos (#TurboDigitalización)	Confía	A solicitud Disponible las 24 horas del día	Apoyo psicológico y legal en asuntos personales y familiares
			---	Anual	---

PROVEEDORES

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Correo electrónico Teléfono Plataforma Sedex Canal de Integridad	Permanente	Nuevos requerimientos Pronto pago Reclamos de clientes Reactivación de autoevaluaciones y auditorías Reclamos vinculados con la integridad

COMUNIDAD

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Reuniones Correo electrónico	Mensual	Plan de acción sobre actividades acordadas bajo convenios Donaciones coyunturales (emergencia sanitaria)



CLIENTES

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Correo electrónico Teléfono (Call Center) Redes sociales Página web Presencial (Tiendas) Canal de Integridad Libro de Reclamaciones	Permanente: de acuerdo con las necesidades del cliente	Información sobre promociones Encuestas NPS Consultas sobre productos y certificación de productos Información sobre precios, despachos, fechas de entrega Atención de reclamos por diversos motivos

GOBIERNO

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Cartas y oficios Correos electrónicos Conferencias virtuales	De acuerdo con requerimientos normativos A solicitud de la institución	Cumplimiento normativo Donaciones coyunturales: equipos de protección y materiales de construcción Participación en iniciativas tales como género e inclusión de personas con discapacidad

TODOS LOS GRUPOS DE INTERES

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Canal de Integridad	Permanente	Temas relacionados a la ética, la discriminación y el hostigamiento sexual.
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---

3.3 Comprometidos con los ODS

Consideramos que tenemos un rol muy importante en la adaptación de medidas que contribuyan a promover la prosperidad, proteger el ambiente, favorecer el crecimiento económico y cubrir las necesidades sociales.

Como parte de nuestra gestión, los ODS que buscamos cumplir son los siguientes:

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
<div>FIN DE LA POBREZA</div> <div></div>	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	<ul style="list-style-type: none">Sodimac y MAESTRO son fuente de empleo formal y digno a más de 9,500 personas.Ejecutamos el programa Construyendo Juntos Empleabilidad en el que fortalecemos las capacidades para el empleo en la comunidad.Información detallada en el capítulo 5 de este reporte.
<div>SALUD Y BIENESTAR</div> <div></div>	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos en todas las edades.	<ul style="list-style-type: none">Plan de Beneficios JUNTOS, orientado a nuestros asesores/as.Programa #JuntosNosCuidamos para promover el bienestar físico y emocional en respuesta al COVID-19.Información detallada en el capítulo 5 de este reporte.
<div>EDUCACIÓN DE CALIDAD</div> <div></div>	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos/as.	<ul style="list-style-type: none">Escuela de Excelencia, dirigida a nuestros/as asesores/as con la finalidad de obtener las capacidades necesarias para brindar a nuestros/as clientes/as la mejor experiencia de compra.Programas dirigidos a maestros/as, especialistas y clientes/as en general: Capacitaciones digitales, la Gran Feria de Capacitación y Construyendo Sostenibilidad.Información detallada en los capítulos 5 y 8 de este reporte.
<div>EQUIDAD DE GÉNERO</div> <div></div>	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.	<ul style="list-style-type: none">Programa de equidad de género: Mujeres Conectadas, enmarcado dentro de la Estrategia de Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia (EDIPVI), que tiene como objetivo lograr el 40 % de mujeres en puestos de liderazgo para el 2025.Estrategia EDIPVI.Programa Reinvéntate, lanzado en el marco de la coyuntura del COVID-19.Comité de intervención frente al hostigamiento sexualInformación detallada en el capítulo 5 de este reporte.
<div>ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</div> <div></div>	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos/as.	<ul style="list-style-type: none">Información detallada en el capítulo 9 de este reporte.

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
<div>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</div> <div></div>	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos/as.	<ul style="list-style-type: none">Tenemos el compromiso de velar por el respeto de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.Contamos con la Política en Seguridad y Salud Ocupacional que establece los lineamientos del cuidado de nuestros/as asesores/as.Programa Construyendo Juntos Empleabilidad, en el que se fortalecen las capacidades de empleo de la comunidad.Programas laborales de inclusión: Junto a Ti, Espíritu Joven y Talento Z.Iniciativa Sedex, que incentiva la reducción de riesgos en la cadena de valor a través de su identificación por medio de auditorías laborales, ética, seguridad y salud en el trabajo y ambiente.Programa #CrecemosJuntos, enfocado en el crecimiento y desarrollo de MYPES, PYMES y emprendedores peruanos.Información detallada en los capítulos 5 y 7 de este reporte.
<div>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</div> <div></div>	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	<ul style="list-style-type: none">Sistema LEED en Sodimac Homecenter Ate, Sodimac Homecenter La Molina y en Mallplaza ComasImplementación de iluminación LED en tiendas y proyecto de iluminaria inteligente a una zona ampliada de nuestro Centro de Distribución.Información detallada en el capítulo 9 de este reporte.
<div>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</div> <div></div>	Reducir la desigualdad en y entre los países.	<ul style="list-style-type: none">Sodimac y MAESTRO brindan empleo formal y digno a más de 9,500 personas.Programa Construyendo Juntos Empleabilidad.Política de Diversidad e Inclusión y Estrategia EDIPVI, orientados a promover una cultura de paz a través de la diversidad e inclusión. Programas que los complementan: Mujeres Conectadas, Nuevas Masculinidades, Espíritu Joven, Crece, Talento Z, Junto a Ti y Comunidad LGBT+ y Aliad@s.Programa Reinvéntate en respuesta al COVID-19.Información detallada en el capítulo 5 de este reporte.

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a la mejora de las condiciones de vida de la comunidad: programa Alianza con TECHO-Perú y programa Haciendo Escuela con Fe y Alegría. • Medición de huella de carbono, orientada a minimizar nuestro impacto ambiental. • Información detallada en los capítulos 6 y 7 de este reporte.
CONSUMO RESPONSABLE 	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> • Reciclaje de residuos reutilizables y disposición adecuada de residuos no reutilizables. • Iniciativa Sedex que incentiva la reducción de riesgos en la cadena de valor a través de su identificación por medio de auditorías laborales, ética, seguridad y salud en el trabajo y ambiente. • Información detallada en los capítulos 5 y 7 de este reporte.
ACCIÓN POR EL CLIMA 	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	<ul style="list-style-type: none"> • Medición de huella de carbono, orientada a minimizar nuestro impacto ambiental. • Reciclaje de residuos reutilizables y disposición adecuada de residuos no reutilizables. • Plan +BICI, implementado en el contexto del COVID-19. • Información detallada en los capítulos 5 y 9 de este reporte.

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con una estrategia de sostenibilidad, aprobada y monitoreada por el Comité de Sostenibilidad, Diversidad e Inclusión, liderado por nuestro comité ejecutivo. • Tenemos un compromiso de transparencia a través de la publicación anual de nuestro Reporte de Sostenibilidad. • Sistema de Integridad Corporativo para prevenir e identificar situaciones que pueden ocasionar la falta de confianza en nuestra empresa por parte de sus grupos de interés. • Política de Diversidad e Inclusión y Estrategia EDIPVI, orientados a promover una cultura de paz a través de la diversidad e inclusión. Programas que los complementan: Mujeres Conectadas, Nuevas Masculinidades, Espíritu Joven, Crece, Talento Z, Junto a Ti y Comunidad LGBT+ y Aliad@as. • Información detallada en este capítulo y los capítulos 3 y 5 de este reporte.
ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	Alianzas consolidadas para viabilizar: <ul style="list-style-type: none"> • Política de Diversidad e Inclusión y Estrategia EDIPVI. • Evaluación de proveedores y desarrollo de estos. • Estrategia de proyección hacia la comunidad y al ambiente. • Información detallada en este capítulo y los capítulos 5, 7, 8 y 9 de este reporte.

4.



Integridad

4.1 Derechos humanos

(GRI 412, 103-1, 103-2, 103-3)

Nuestra empresa respeta, cumple y promueve los derechos humanos en cada una de las actividades realizadas y transmite esta cultura a toda la cadena de valor. Nos acogemos a las normas y principios de nuestro país, así como a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Del mismo modo, seguimos las recomendaciones para empresas, emitidas en el marco de las Naciones Unidas y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, establecidos en nuestro compromiso frente a ellos.

Continuamos fortaleciendo nuestro compromiso con la ética y la transparencia, difundiendo nuestro portal de atención a consultas y reclamos sobre estos temas, denominado Canal de Integridad, el cual está puesto a disposición de los/as asesores/as, directores de la empresa o terceros (clientes/as, proveedores/as y/o accionistas).

4.2 Sistema de integridad

(GRI 102-16) (GRI 102-17)

Código de Ética

Nuestro Código de Ética establece los principios generales que conducen las actividades desarrolladas por Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. y el comportamiento de las personas que laboran allí. Este código constituye un instrumento orientador y facilitador de nuestro actuar, que entrega un marco referencial vinculado tanto a los valores promulgados por la empresa como a su visión y misión.

Al inicio de la relación laboral, cada asesor y asesora recibe el Código de Ética y firma un cargo de recepción, así como recibe una inducción sobre el mismo.

Nuestra estructura

GERENCIA DE GOBERNANZA, ÉTICA	COMITÉ DE ÉTICA	OFICIAL DE ÉTICA	CONSEJEROS/AS DE INTEGRIDAD
<ul style="list-style-type: none">• Área de la gerencia de Asuntos Legales.• Vela por el buen funcionamiento de nuestro Programa de Ética y el fiel cumplimiento del Código de Ética.• Recibe y gestiona las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial.• Desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a nuestros/as asesores/as.	<ul style="list-style-type: none">• Conformado por el gerente general, el gerente de Asuntos Legales y Cobranza, el gerente de Administración y Finanzas, el gerente de Personas y Sostenibilidad y el gerente de Auditoría.• Su objetivo es supervisar la efectividad del Programa de Ética.	<ul style="list-style-type: none">• Gerenta Legal de la empresa, quien es la designada por el gerente general para que actúe como interlocutor entre la empresa y la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento.	<ul style="list-style-type: none">• Son asesores/as que han sido seleccionados por las Unidades de Negocio y que cuentan con un entrenamiento especial para desempeñar su rol.• Canalizan de forma confidencial las denuncias que se les planteen.• Asesoran a nuestros/as asesores/as en temas de integridad.• Resuelven dudas e inquietudes con relación a dilemas éticos.



Canal de integridad

ENFOCADO EN:

- Resolver consultas.
- Recibir denuncias.

Consultas y denuncias recibidas por la Gerencia Corporativa de Gobernanza, Ética y Cumplimiento. Si se cuenta con toda la información necesaria se deriva a:

- **Consultas:** al Oficial de Ética del negocio, quien a su vez la deriva al área que corresponda.
- **Denuncias:** a las gerencias de Recursos Humanos, Legal y de Auditoría. Cuando corresponde y se cuenta con la información necesaria, se deriva la denuncia al área de negocio pertinente o a un investigador debidamente capacitado para iniciar la investigación.

CARACTERÍSTICAS:

- El Canal de Integridad es administrado por un tercero, garantizando la imparcialidad en la revisión de las denuncias
- Todos los que toman conocimiento de un caso ético deben guardar la máxima confidencialidad.
- Un asesor, una asesora o un tercero podrá con la seriedad y responsabilidad del caso efectuar una denuncia de manera anónima.
- Garantizamos ningún tipo de represalias a todos nuestros/as asesores/as que de buena fe realicen consultas o denuncias y/o participen en calidad de testigo.

MEDIOS DE CONTACTO:

- Link Canal de Integridad: <https://canaldeintegridad.ines.cl/sodimac/>.
- E-mail: contactoperu@gerenciadeetica.com.
- Línea gratuita: 0-800-18-479.
- Presencial.

Durante el 2021 se registraron 150 comunicaciones a través de los medios de contacto mencionados, clasificándolas de la siguiente manera:

Número de denuncias éticas	129	<ul style="list-style-type: none">• Atendidas• Éticas en proceso al cierre del 2021	115 * 14
Número de denuncias no éticas	11	No éticas atendidas	11 **
Número de consultas éticas / no éticas	10	<ul style="list-style-type: none">• Atendidas• En proceso al cierre del 2021	10 *** 0

* Se cuenta con 19 denuncias que se cerraron como inconclusas por responsabilidad de la parte denunciante, en la medida que no brindó información relevante para iniciar la investigación.

** Se cuenta con una denuncia no ética no atendida por responsabilidad del cliente/usuario.

*** Se cuenta con dos consultas éticas que se cerraron como inconclusas por responsabilidad del cliente/usuario en la medida que no brindó información para su debida atención.



Acciones tomadas por tipo de denuncia

Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
Acoso laboral	5	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: dos casos infundados y tres se encuentran en trámite.
Comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	45	<p>Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 23 infundadas • 9 fundadas • 7 cerradas por falta de información • 6 en trámite <p>Respecto a los nueve casos fundados tomamos las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carta de exhortación y plan de trabajo • Retroalimentación • Desvinculación, aviso de desempeño grave o rotación • Carta de exhortación
Acoso sexual	24	<p>Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14 fundadas • 9 infundadas • 1 en trámite <p>(*) Estas denuncias son administradas por el Comité de Prevención Frente al Hostigamiento Sexual</p> <p>Respecto a los catorce casos fundados tomamos las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desvinculación • Amonestación escrita • Aviso de desempeño escrito grave • Suspensión y rotación de tienda

Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	2	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • 1 cerrada por falta de información • 1 en trámite
Conflictos de interés	8	<p>Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 fundada • 5 infundadas • 2 en trámite <p>Respecto al caso fundado tomamos la siguiente acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amonestación
Infracciones a la normativa interna	23	<p>Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 fundadas • 3 infundadas • 8 cerradas por falta de información <p>Respecto a los doce casos fundados tomamos las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suspensión • Retroalimentación • Plan de acción (se conversó con los asesores sobre el proceso de selección) • Desvinculación y suspensión • Amonestación escrita y plan de trabajo



Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
Represalias	1	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none">• 1 infundada
Denuncia - Temas laborales con connotación ética (Trabajo seguro y saludable, condiciones de trabajo, etc.)	21	<div>Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente:<ul style="list-style-type: none">• 4 fundadas• 13 infundadas• 3 cerradas por falta de información• 1 en trámite</div> <div>Respecto a los cuatro casos fundados tomamos las siguientes acciones:<ul style="list-style-type: none">• Retroalimentación• Corrección en boleta de pago y puesto del asesor/a• Extorno de monto cobrado en exceso</div>

En el 2021 no se registraron denuncias por discriminación.
(GRI 406-1)

4.3 Anticorrupción

(GRI 205, 103-1, 103-2, 103-3) (GRI 415, 103-3)
(GRI 205-1) (GRI 205-2) (GRI 205-3)

En Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. tenemos tolerancia cero a cualquier acto de corrupción. Velamos por la transparencia en nuestros procesos y buscamos operar siempre bajo normas de ética y transacciones transparentes y un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.

Nuestros Código de Ética, Reglamento Interno de Trabajo, Política de Prevención de Delitos y Política Antisoborno promueven el compromiso de nuestros/as asesores/as en la lucha contra la corrupción. Así mismo, declaramos públicamente nuestro apoyo a la lucha contra la corrupción dentro de los marcos legales, internacionales y regionales.

Contamos con un Modelo de Prevención de Delitos que integra la Política de Prevención de Delitos, un oficial de Prevención del Delito —rol que recae en la gerenta Legal—, la Matriz Integral de Riesgos y capacitaciones sobre el Modelo de Prevención de Delitos.

Por otro lado, con el fin de garantizar la transparencia en el proceso para realizar donaciones, nos regimos por la Política de Donaciones.

Cada año desarrollamos campañas para promover las buenas prácticas, además, fortalecemos nuestra comunicación a través del Código de Ética y el Canal de Integridad. Contamos con un área Legal que nos asesora y brinda información para prevenir y comunicar oportunamente normas, así como soporte en casos de corrupción.

La Matriz Integral de Riesgos ha definido las áreas de riesgo y los controles necesarios. Las áreas con mayor posibilidad de riesgos son Operaciones, Comercial, Logística y Recursos Humanos, las cuales constituyen el 44.4 % de la empresa. Consideramos que no tenemos riesgos residuales altos sobre el tema de anticorrupción, sino riesgos residuales medios (cuatro) y bajos (seis).

Nuestros/as asesores/as son capacitados/as a nivel nacional sobre el Modelo de Prevención de Delitos. En el año 2021 se capacitó a 226 asesores/as que representan el 2.36 % del total de ambos. Priorizamos las áreas de mayor riesgo como los/as asesores/as que, en virtud de su posición y actividad dentro de la empresa, desarrollan actividades que puedan significar responsabilidad penal o administrativa.

Nuestros contratos con proveedores/as contienen una cláusula de prevención del delito, la obligación de comunicar posibles conflictos de interés y la entrega del Manual de Transparencia Comercial.



En el año 2021 no se identificaron casos de corrupción vinculados a funcionarios públicos.

La evaluación del funcionamiento de nuestro Modelo de Prevención de Delitos es auditada anualmente. En enero del 2020 nuestra empresa obtuvo la Certificación al Modelo de Prevención de Delitos por la empresa BH Compliance Limitada, cuya vigencia es de dos años.

La Oficial de Cumplimiento informa semestralmente al Directorio sobre el estado de los Programas de Cumplimiento de la empresa.

4.4 Respeto por la competencia

(GRI 206, 103-1, 103-2, 103-3)
(GRI 206-1)

Tenemos un compromiso de cumplimiento y cuidado de la libre competencia. Contamos con directrices desde el más alto nivel y políticas formales y explícitas.

Competimos de manera equitativa, justa y transparente. Además del Código de Ética y el Reglamento Interno de Trabajo, contamos con la Política de Transparencia Comercial que guía el comportamiento de los asesores/

as para evitar contingencias. Esta se encuentra disponible en el intranet de la empresa y es parte del contrato con proveedores/as.

Por otro lado, a través de nuestro Canal de Integridad, nuestros/as asesores/as y los/as proveedores/as pueden reportar casos contra la libre competencia.

Nuestra actitud está inspirada en la lealtad y el respeto que tenemos hacia nuestros competidores.

Como empresa, aseguramos a nuestros competidores y clientes que no participamos directa o indirectamente en ningún acto que pueda impedir, restringir o entorpecer la libre competencia. Así mismo, rechazamos toda conducta que desvíe nuestros/as clientes/as de un agente del mercado.

Durante el año 2021 no se presentaron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas o la libre competencia.

Anualmente, evaluamos el compromiso de la libre competencia a través de auditorías.

4.5 Cumplimiento Regulatorio

(GRI 307 103-1, 103-2, 103-3) (GRI 419, 103-1, 103-2, 103-3)
(GRI 307-1)

Respetamos y cumplimos la normativa legal vigente en los temas ambientales y socioeconómicos.

Con respecto a la protección del ambiente, tomamos acciones desde la apertura de nuevas tiendas hasta las implementaciones o remodelaciones de espacios. Para ello, el área de Proyectos y Desarrollo Inmobiliario se encarga de medir y gestionar que los contratistas cumplan de igual forma las leyes ambientales y respeten las políticas a través de estudios de impacto ambiental. El área Legal realiza el seguimiento del cumplimiento legal y el monitoreo de las nuevas normas; tanto el seguimiento como el monitoreo se comunica en las reuniones del comité ejecutivo y el comité de Riesgo y Cumplimiento.

- Código de Ética: <https://www.sodimac.com.pe/static/footer/SoPE/codigo-etica-sodimac2018.PDF>.
- Canal de Integridad: <https://canaldeintegridad.ines.cl/sodimac/>

Contamos con una Política Ambiental y de Cambio Climático, la cual fue comunicada a partir de noviembre del 2020.

En el 2021 no tuvimos casos de incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.

4.6 Política pública

(GRI 415, 103-1, 103-2, 103-3)

Nuestro Código de Ética establece que todos/as debemos desarrollar nuestras actividades políticas fuera del horario y lugar de trabajo. Nuestros/as asesores/as no pueden usar su cargo, puesto o activos de la empresa para sus actividades políticas.

La empresa no tiene relación con políticas públicas y cuenta con los siguientes procedimientos de atención a funcionarios públicos:

- Procedimiento para abordar fiscalizaciones y visitas de inspección de la autoridad.
- Protocolo de pago de multas y cumplimiento de medidas correctivas y política de conflictos de interés.

En el 2021 no hemos realizado contribución alguna a partidos o representantes políticos.

5.



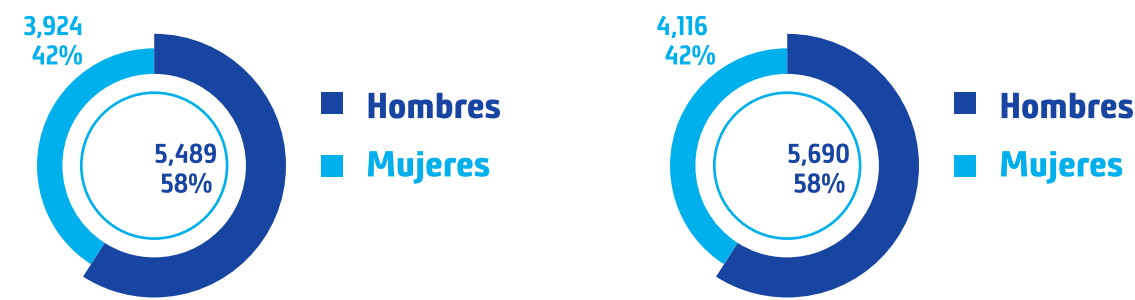
Nuestro Equipo



5.1 Asesores y asesoras

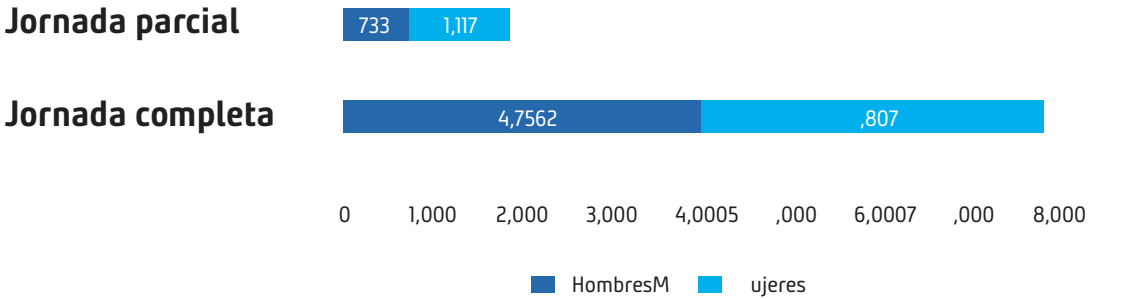
(GRI 102-8) (GRI 102-10)

Asesores/as 2021

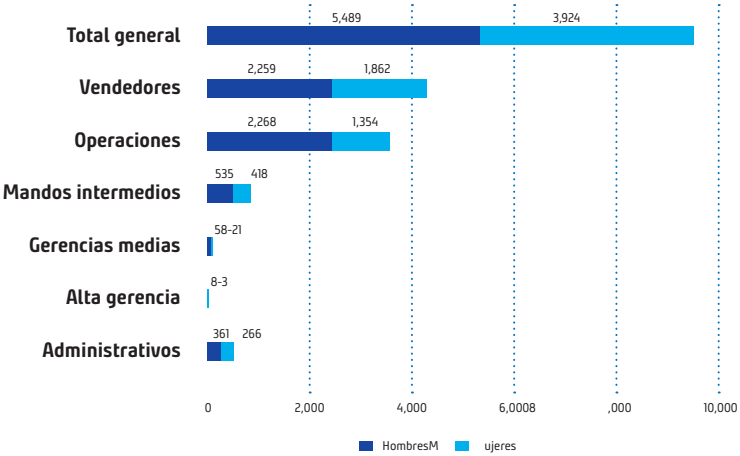


Al finalizar el 2021 contamos con 9,413 asesores/as, de los cuales, el 41.7 % son mujeres y el 58.3 % son hombres. Mantuvimos la misma proporción que la obtenida en el 2020.

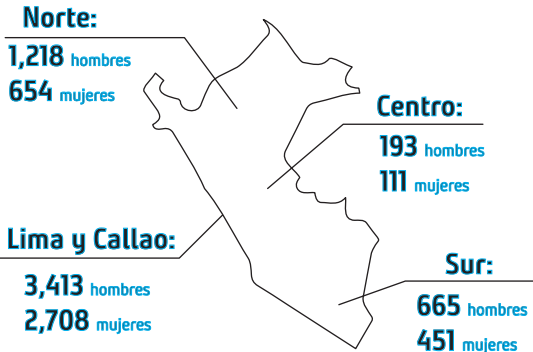
Asesores/as por tipo de jornada y sexo - 2021



Asesores/as 2021



Asesores/as por región y sexo - 2021



La información demográfica detallada se encuentra en el Anexo 2.

El personal de limpieza y de seguridad son los únicos servicios contratados bajo la modalidad de tercerización, siendo tratados como proveedores de servicios.

La información sobre nuestros/as asesores/as se obtuvo de las bases de datos y contratos existentes.



5.2 Atracción y retención del

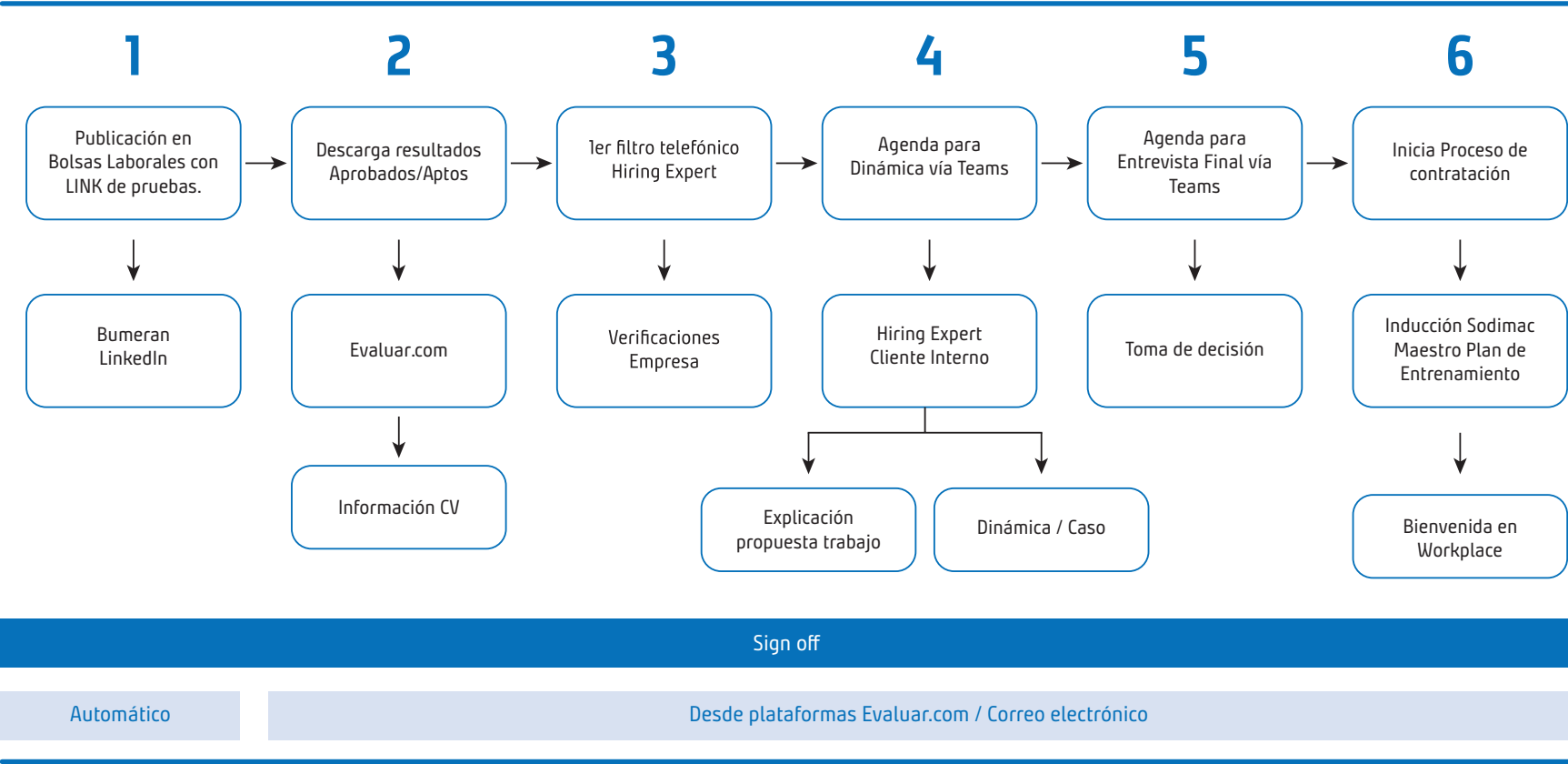
5.2.1 Empleo

(GRI 401, 103-1) (GRI 401, 103-2) (GRI 401, 103-3)

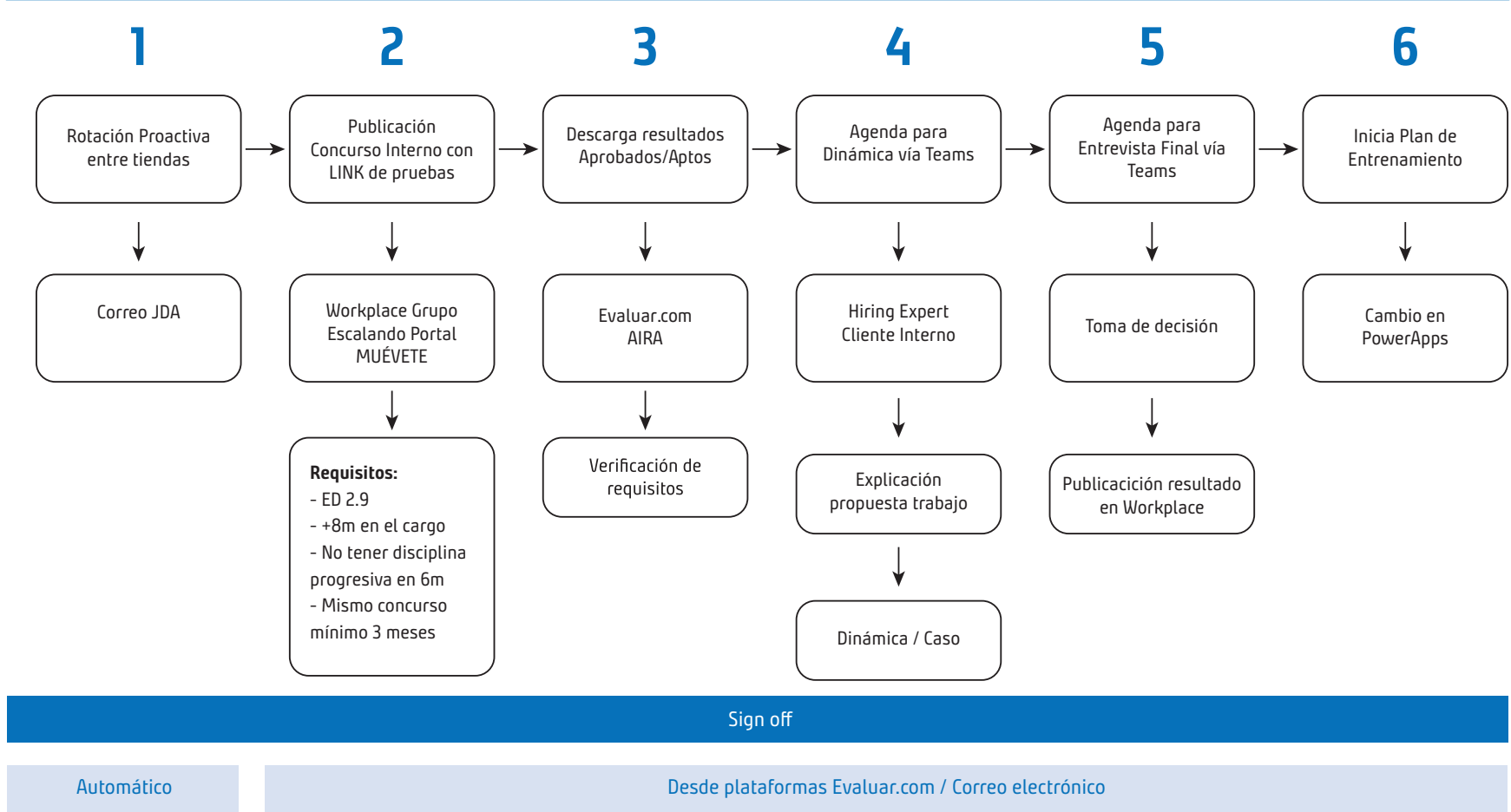
Nuestro proceso de reclutamiento y selección es un proceso objetivo, transparente, dinámico y eficiente; durante el año 2021 mantuvimos el proceso 100 % digital, implementado un año antes. En nuestro proceso validamos y evaluamos perfiles que demuestren que nuestros/as futuros/as asesores/as van a sentirse a gusto trabajando en Sodimac y MAESTRO, con el sentimiento de pertenencia a una gran familia y con nuestra cultura, enfocada a hacer realidad nuestro propósito: **“Simplificar y disfrutar más la vida”**. Nuestras lideresas y nuestros líderes se encuentran capacitados en el uso de las herramientas digitales y en la metodología de entrevistas por competencias para que el proceso de selección sea efectivo.

El proceso de reclutamiento y selección virtual puede ser externo o interno. Ambos casos cuentan con seis etapas, las cuales se describen en las siguientes imágenes:

Proceso de selección Externo



Proceso de selección interno



En el año **2021** el **72 %** de las posiciones centralizadas fueron cubiertas a través de nuestros **concursos internos**.

Durante el 2020 reforzamos el uso de herramientas digitales en todos nuestros procesos; para las convocatorias internas hacemos uso del programa Escalando de Workplace como medio de comunicación y en el último trimestre iniciamos el uso de muévete.falabella.com, plataforma que fomenta el desarrollo profesional de nuestros/as asesores/as, quienes obtendrán experiencias en diferentes rubros dentro de la misma familia Falabella. Durante este año 30 asesores/as de Sodimac vivieron la experiencia de continuar con su desarrollo profesional, migrando a otra empresa del Grupo Falabella.

Proceso semiciego

Implementamos el filtro semiciego en algunas búsquedas para la Oficina de Apoyo con la finalidad de mantener la objetividad e igualdad de oportunidades en el proceso. Este proceso consiste en borrar de los currículos aptos la siguiente información antes de ser enviada al cliente interno: etnia, edad, sexo, nacionalidad, religión, opción sexual, condiciones médicas, estado civil y foto.

Nuestras actividades de reclutamiento son auditadas anualmente, de acuerdo con el programa de auditoría establecido.

El Anexo 2 muestra la información sobre número total y tasa de rotación por grupo etario, sexo y región, rotación voluntaria, así como número total y tasa de nuevas contrataciones por grupo etario, sexo y región 2021

Plan de Beneficios JUNTOS (beneficios adicionales a los otorgados por ley)

Agrupados en cuatro dimensiones: Calidad de Vida, Ahorro, Unidos y Progreso; estos beneficios son para todos y todas sin ningún tipo de discriminación.



Calidad de Vida

Nos preocupamos para que nuestros/as asesores/as tengan tiempo con su propia familia; por eso, les brindamos:

- **Tiempo libre:**

días libres por matrimonio, graduación, mudanza, fallecimiento de un familiar directo, nacimiento de hijos/as, nietos/as, horas libres por el primer día del colegio de los hijos o hijas, tickets de horas libres para asesores/as, un día libre por cumpleaños, horario de trabajo especial para las asesoras que se reincorporan luego de su licencia de pre y posnatal, por familiar hospitalizado y para deportistas destacados. Contamos también con horarios flexibles para equilibrar la vida laboral y personal de nuestros/as asesores/as.

- **Programa Confía:**

brinda orientación o consejería psicológica y asesoría legal en derecho de familia a nuestros/as asesores/as y sus familiares directos. Disponible las 24 horas al día y los 365 días del año con absoluta reserva.

- **Programa Cuidando Mi Familia:**

Guías Recibiendo mi bebé e informativa de cunas y guarderías.

- **Programa + Seguros:**

seguro de EPS, seguro oncológico, Vida Ley y seguro SCTR.



Ahorro

Ofrecemos los siguientes beneficios:

- Mundo Falabella.
- Tu economía nos importa: descuentos con centros de estudios.
- Bono de compañía en caso de fallecimiento de familiares directos.
- Adelanto de apoyo: en casos de salud o estudios.
- Bono por mudanza de traslado entre ciudades.
- Bono de excelencia académica.
- Bono + Deporte + Salud: para nuestros/as deportistas calificados/as.
- Bono de escolaridad.
- Aguinaldo Navideño.



Progreso

Consideramos importante el desarrollo profesional y personal; por ello, contamos con:

- Escuela de Excelencia de Sodimac y MAESTRO.
- Escalando (Concursos Internos).



Unidos

Celebraciones que compartimos juntos y con las familias de nuestros/as asesores/as en la que llenamos sus vidas de hermosos recuerdos y momentos inolvidables. Este año bajo la forma virtual.



Casos sociales:

brindamos apoyo y seguimiento necesarios a nuestros/as asesores/as que estén atravesando por una situación difícil (personal, familiar, de salud o emocional) a través de nuestros canales de ayuda psicológica o legal y el seguimiento de nuestras trabajadoras sociales y de salud ocupacional.

(GRI 401-2)

5.2.2 Presencia en el mercado

(GRI 202: 103-1, 103-2, 103-3)

Sodimac y MAESTRO como marcas empleadoras tienen una fuerte presencia en el mercado, la cual difundimos desde el área de Personas y Sostenibilidad a toda la empresa para incentivar, alinear y motivar a nuestros/as asesores/as, de modo que vivan y transmitan nuestros valores, convirtiéndose en embajadores de nuestra empresa y de nuestro propósito: **“Simplificar y disfrutar más la vida”**.

Nuestra estrategia de difusión de marca se basa en cuatro atributos:

4 tributos de marca



Soñamos en grande

Sentimos orgullo de ser parte de una empresa internacional, prestigiosa y con excelente reputación.



Crecemos en Equipo

Aprendemos, nos sentimos desafiados y estamos creciendo constantemente.



Actuar pensando en los demás

Nuestro trabajo cuida a los asesores/as, clientes/as y a la comunidad.



Estamos Empoderados/as

Somos apasionados/as, trabajamos con confianza, libertad y apoyo, desarrollamos nuestro espíritu emprendedor.

Nuestra gestión es evaluada a través de la medición de dos indicadores de gestión (KPI):

- Incremento de postulantes en tiendas a nivel nacional (por marca empleadora).
- Número de asistentes a los talleres de empleabilidad frente al año anterior.

Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local

Nuestros altos directivos pertenecen a las categorías de alta gerencia y gerencias medias. Contamos con 90 asesores/as que pertenecen a dichas categorías, los cuales pertenecen a la comunidad local donde desarrollan sus actividades, lo que equivale al 100 % de asesores/as de dichas categorías laborales.

(GRI 202-2)

5.2.3 Programas de empleabilidad

INTERNOS

Programa Escalando

- Semanalmente difundimos nuevas oportunidades de crecimiento a las que pueden aplicar todas y todos los/as asesores/as de tiendas, Oficina de Apoyo, Call Center y Centro de Distribución.
- 72 % de nuestros procesos centralizados fue cubierto por talento interno, superando en cuatro puntos al resultado del año anterior:
- 63 % de nuestros procesos de Oficina de Apoyo.
- 80 % de nuestros procesos de tiendas y Centro de Distribución.

Programa Reinvéntate

Incentivamos a nuestras/os asesoras/os, que son población de riesgo o vulnerable de cualquiera de nuestras sedes para que se reinventen desde la seguridad de su hogar y postulen a las diferentes áreas (Call Center, Centro de Distribución y Oficina de Apoyo), haciendo trabajo remoto o home office. De esta manera, los motivamos y mejoramos sus capacidades para el empleo a través del conocimiento de herramientas digitales.

Este año nuestras asesoras embarazadas o en proceso de lactancia, así como varios/as asesores/as de nuestra comunidad Junto a Ti se integraron al programa Reinvéntate, pudiendo desempeñar funciones desde casa.

Desde que se creó este programa 819 asesores/as se han reinventado, de los cuales el 95 % brindó soporte sobre todo en las áreas de Experiencia al Cliente y Procesos Administrativos. Hasta la fecha, 134 asesores/as han asumido una posición fija en una nueva área gracias al programa.

Programa corporativo Muévete Falabella

Desarrollamos e implementamos el portal muévete.falabella.com para simplificar y mejorar los procesos de movilidad interna del Grupo Falabella.

Realizamos diversos procesos de movilidad interna entre los negocios del grupo, obteniendo 28 asesores/as beneficiados/as en el programa (tres veces más que el año anterior).

EXTERNOS

Programa Construyendo Juntos Empleabilidad

- Este programa está dirigido a dos segmentos:
- Público en general sin límite de edad – Comunidad.
 - Estudiantes o graduados universitarios /técnicos.

El programa está diseñado para brindar entrenamiento a la comunidad sobre cómo ser más empleables. Hemos diseñado cuatro módulos para la comunidad en general y dos módulos para las universidades e institutos.

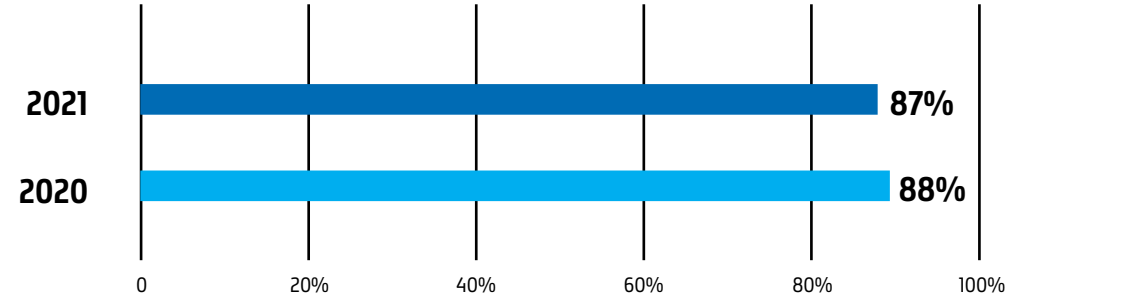
Llegamos a 7,297 beneficiarios/as del programa, impartiendo 36 charlas virtuales con diferentes instituciones aliadas, logrando la participación de personas con discapacidad y mujeres de poblaciones vulnerables.

5.2.4 Clima laboral

Este año celebramos el ser parte del ranking de las mejores empresas para trabajar en el Perú (Great Place to Work 2021), ingresando como una las mejores empresas con más de 10,000 trabajadores. Adicionalmente, nos ubicamos en el primer lugar a nivel nacional como empresa que apoya la diversidad e inclusión, según el mismo ranking.

La tasa de participación en la evaluación GPTW fue del 88 % del total de asesores/as que equivale a 7,829 asesores/as.

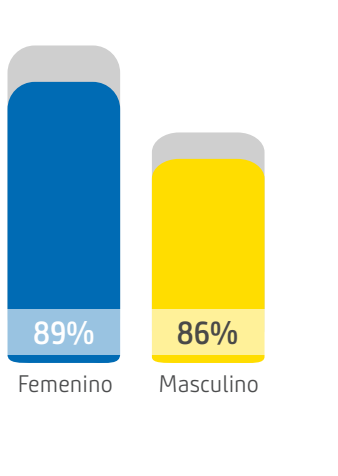
Clima laboral: nivel de satisfacción general



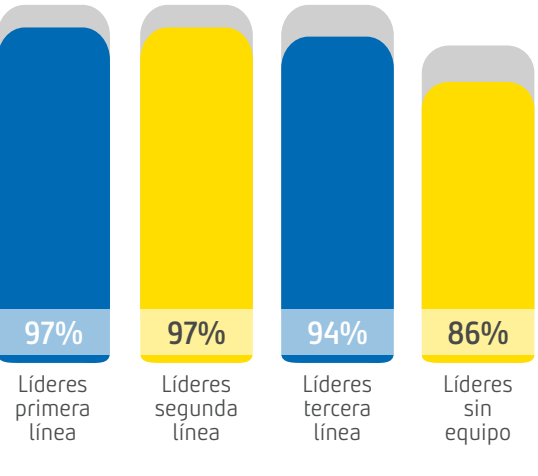
Obtuvimos un nivel de satisfacción Gestalt (vínculo emocional) del 92 % siendo los enunciados de mayor satisfacción los relacionados a diversidad e inclusión. Así mismo, entre los motivos de satisfacción destacan el balance de su vida laboral/personal, la seguridad en su puesto de trabajo, la oportunidad de desarrollo y el cuidado de su salud.

Presentamos los resultados obtenidos considerando diferentes criterios de segmentación:

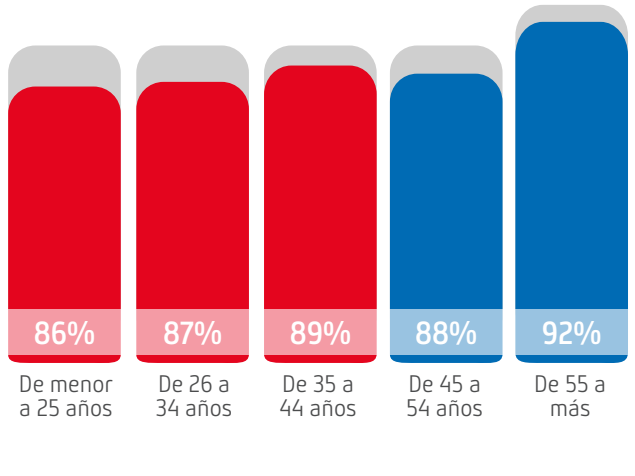
SATISFACCIÓN POR SEXO



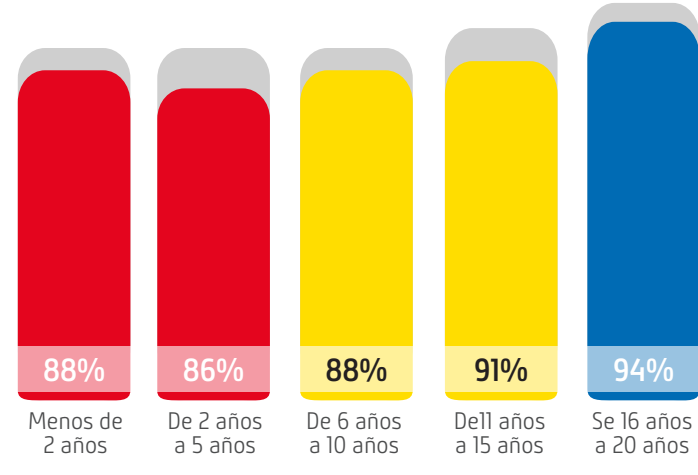
SATISFACCIÓN POR JERARQUÍA



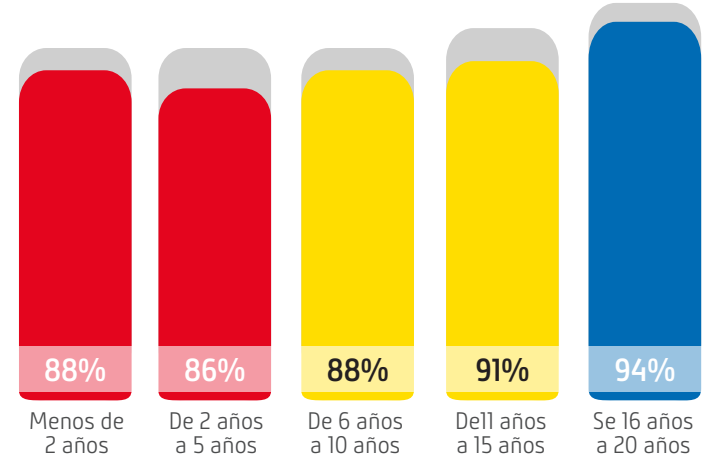
SATISFACCIÓN POR EDAD



SATISFACCIÓN POR TIEMPO DE SERVICIO



SATISFACCIÓN POR SEDE



Población vulnerable: **94%**
de satisfacción
Asesores/as: **87%** de
satisfacción
Comunidad LGTBIQ: **86%** de
satisfacción

Hemos destacado como una empresa que se preocupa por construir un ambiente amigable para sus equipos y establecer relaciones sólidas de confianza mutua, además de ser líderes gracias al esfuerzo de todos/as y la confianza de los resultados positivos.



5.2.5 Compensaciones

Mantuvimos el enfoque conservador adoptado desde el 2020 para acompañar a la empresa a gestionar la incertidumbre ante la evolución de la emergencia sanitaria y la economía mundial y nacional, priorizando el enfoque de mantener viable el negocio y afectar lo menos posible a nuestros/as asesores/as.

- **Plan Compensa:** durante el 2021 mantuvimos la aplicación del Plan Compensa, destinado a la compensación de los días de licencia con goce de haber y otorgado durante el estado de emergencia por disposición del Estado.
- **Beneficio extraordinario de movilidad:** este beneficio se prolongó durante casi todo el 2021 para facilitar la asistencia y el transporte de nuestros/as asesores/as. Consistió en otorgar un bono de movilidad semanal si nuestros/as asesores/as tenían una asistencia perfecta durante la semana de evaluación. A partir de noviembre su aplicación se mantuvo para las zonas que el Estado declaró en riesgo muy alto o extremo.
- **Gestión Salarial:** mantuvimos un enfoque conservador en la política salarial. Continuamos con una estructura fija y variable de puestos masivos y enfocada en mantener la equidad externa para puestos críticos por desfases con el mercado.

Nuestro salario mínimo estándar en el 2021 fue S/1,220.00 Básico vale y mínimo variable

- **Incentivos:**

- Reactivamos los programas de incentivos regulares, lo que, acompañados de los buenos resultados comerciales, significaron un incremento del pago variable per cápita frente a años pasados.
- La medición de los incentivos de gerentes/as y subgerentes/as se ajustó a un periodo cuatrimestral.
- Vinculamos el nivel de incentivos del Centro de Distribución tanto a los resultados operativos como al cumplimiento de ventas de la empresa para guardar relación con los resultados generales.
- Acompañamos al negocio con la creación de otros esquemas de pago variable requeridos para el impulso de distintas necesidades como incentivos Fpay para cajas y premios Asesores Diva entre otros.

(GRI 102-35)

Cumplimos con nuestros compromisos 2021

- 7,327 personas beneficiadas a través de nuestro programa Construyendo Juntos Empleabilidad.
- Mantuvimos el enfoque en la experiencia de los candidatos en los procesos de selección (adecuación a herramientas digitales para facilitar entrevistas y pruebas y feedback a nuestros/as asesores/as internos/as participantes).
- Habilitamos la plataforma corporativa muévete. falabella.com.
- Nuestro crecimiento interno alcanzó un 4 %, llegando a cubrir el 72 % de las vacantes con talento de nuestra casa.
- Continuamos con el Banco de Talentos de: Ejecutivo/a de Venta Empresas con 21 asesores/as participantes y Prevención Senior con 91 asesores/as participantes.
- Nuestro programa Junto a Ti ofreció la inserción laboral a personas con discapacidad, logrando contar con 140 asesores/as en nuestra empresa.
- Segunda convención de aliados para la empleabilidad de personas con discapacidad, consiguiendo más de 30 instituciones aliadas y beneficiando a más de 260 personas quienes participaron en talleres de empleabilidad.

- Continuamos implementando estrategias para mantener la equidad de género en los procesos de selección.
- Dos programas nuevos en la Oficina de Apoyo: Desarrollo Ejecutivo (PDE), dirigido a nuestros/as asesores/as High Potencial y Desarrollo de Jefes/as de Línea, dirigido a nuestra área Comercial y Retail Digital.

Compromisos 2022

(GRI 401, 103-2)

- Enfoque en el Journey del candidato/a para mantener una experiencia positiva en todo el proceso de selección.
- Capacitar a los/as líderes/as para que se conviertan en Hiring Expert.
- Mantener nuestro proceso de selección alineado a nuestra Estrategia EDIPVI.
- Gestionar el 100 % de nuestro proceso de selección de la Oficina de Apoyo a través de nuestra nueva RP Aira.
- Continuar nuestros programas Junto a Ti, cada vez con más solidez y nuevos aliados, y Reinventate. Realizar nuevos programas de desarrollo para la gestión del talento interno.
- Llegar a 10,000 beneficiarios/as del programa Construyendo Juntos Empleabilidad.

5.3 Formación y desarrollo

(GRI 404, 103-1, 103-2)

5.3.1 Evaluación del desempeño

Nos permite medir objetivamente el desempeño de nuestros/as asesores/as, según los cinco principios culturales del Grupo Falabella, y nuestro propósito. Gracias a esta herramienta analizamos e identificamos nuestras fortalezas y oportunidades de mejora, para lograr el crecimiento personal y profesional de nuestros/as asesores/as con el apoyo de sus jefes/as directos/as.

Este año como parte del proceso realizamos el programa de certificación de evaluación del desempeño, donde certificamos como monitores/as del proceso a nuestro equipo de Personas y Sostenibilidad de Tiendas y Oficina de Apoyo; ellos, a su vez, debían capacitar y certificar a nuestro equipo de líderes y lideresas de tienda y Oficina de Apoyo tanto en las etapas del proceso como en las metodologías de evaluación y feedback. Al final del programa de capacitación el 100 % de los participantes logró certificarse.

Desarrollamos un diccionario de competencias y atributos de evaluación del desempeño, alineando las conductas y comportamientos de esta evaluación a la participación de diversos procesos, programas y procedimientos de nuestra empresa.

Ambas iniciativas nos dieron muy buenos resultados, ya que las puntuaciones estuvieron más alineadas al verdadero desempeño de nuestros/as asesores/as y las etapas de evaluación, el feedback y el plan de desarrollo fueron más estándares y con buenos resultados de satisfacción.

Evaluaciones del desempeño 2021 - 2020

Categoría Laboral	Maculino				Femenino			
	2021		2020		2021		2020	
	Asesores	%	Asesores	%	Asesoras	%	Asesoras	%
Tienda (subgerentes, jefes/as y asesores/as)	4,013	59.0	4,440	59.69	2,794	41.0	2,998	40.31
Oficina	213	51.0	186	51.38	205	49.0	176	48.62
Gerencias	78	66.7	80	67.80	39	33.3	38	32.20
Total por género	4,304	58.6	4,706	59.31	3,038	41.4	3,212	40.69

Nuestro proceso de Evaluación del Desempeño es auditado anualmente, de acuerdo con el programa de auditoría establecido.

(GRI 404, 103-3)

Cumplimos con nuestros compromisos 2021

- Realizamos una campaña cultural de competencias para la posición general de tiendas y se difundió de manera correcta a todos los líderes y lideresas de tienda.
- Certificamos en evaluación del desempeño a todas las JDA de tienda y Business Partner de la Oficina de Apoyo, equipo de líderes y lideresas de tienda y Oficina de Apoyo.
- Comunicamos los resultados de la Evaluación del Desempeño a la gerencia de Personas y Sostenibilidad.

Compromisos 2022

- Realizar una campaña de comunicación para dar a conocer las diferentes etapas del proceso de Evaluación del Desempeño.
- Realizar una correcta búsqueda de talento en todas las sedes de nuestra empresa para verificar el cumplimiento de los planes de acción, sucesores o sucesoras y líneas de carrera propuestos.
- Realizar la gestión de extremos correspondiente a cada asesor o asesora, según los lineamientos corporativos recibidos.
- Participar en el programa de feedback continuo para crear una cultura de feedback entre líderes/ lideresas y asesores/as.

5.3.2 Capacitación

(GRI 404, 103-1, 103-2)

A través de nuestra Escuela de Excelencia desarrollamos un plan de aprendizaje alineado a la cultura y pilares estratégicos de nuestra empresa para seguir brindando la mejor experiencia de compra a nuestros/as clientes/as y, de esta manera, alinearnos a nuestro propósito: **“Simplificar y disfrutar más la vida”**.

Facultades

1. Área dura
2. Área blanda
3. Operaciones
4. Centro de Distribución
5. Oficina de Apoyo
6. Liderazgo

Dimensiones

1. Servicio al Cliente
2. Cultura
3. Programa de Certificación
4. Normativas
5. Liderazgo

Nuestra metodología autosostenible consolida el conocimiento, lo comparte y lo actualiza sobre la base de las necesidades de nuestros/as clientes/as a través de los líderes y expertos de nuestra empresa.

El despliegue del conocimiento se realiza a través de dos roles relevantes:

1. Monitores internos.
2. MOMOS: monitores de monitores.



Capacitación técnica de la venta proyecto

- Acumulamos 387,458 horas de capacitación en nuestros proyectos principales para todos los roles de servicio al cliente. Este esfuerzo dio como resultado un total de 41.5 horas de capacitación per cápita.
- Alimentamos nuestra metodología autosostenible de aprendizaje:
 - 13 comunidades de conocimiento en Workplace.
 - Lanzamiento de 81 cursos e-learning basados en nuestros proyectos técnicos.
 - 64 podcasts del saber a través de nuestro canal en Spotify (Escuela de Excelencia).
- 3,900 monitores internos certificados en 873 cursos sobre ventas y operaciones.
- Primera convención de MOMOS digitales, con la participación de los 56 subgerentes/as comerciales certificados/as a nivel nacional. Reforzamos los conocimientos en nuestras herramientas digitales.
- 12,621 horas de capacitación en nuestras ferias de capacitación en forma virtual, con la participación de 127 proveedores.
- Relanzamos La Copa del Saber en su formato TURBODIGITALIZADA, donde incluimos los siguientes cambios:

PRIMERA FASE: #EstudiandoAndo

- Se incluyeron cuatro dinámicas digitales de preparación:
- Innovathon: concurso entre tiendas para promover el trabajo colaborativo y la innovación.
- Podcasts del Saber: logrando 839 reproducciones en total.
- Círculo de Estudios 2.0: conversatorios de nuestros/as gerentes/as y capitanes/as a través de las 13 comunidades de workplace, logrando una participación de 861 asesores/as en total.
- Simulacros virtuales: pruebas intermedias para incrementar las capacidades de los proyectos con puntaje bajo. Se generaron 7,003.5 horas de capacitación.

SEGUNDA FASE: #LaPruebaDelSaber

- Evaluación de Conocimiento Técnico (CT) con incremento de dos puntos porcentuales respecto al año anterior: 94.5 % (MAESTRO) y 92.0% (Sodimac).
- Este año se incluyó el indicador NPS Conocimiento Vendedor como parte de la nota individual, así como un requisito excluyente para determinar a las cuatro tiendas ganadoras.

TERCERA FASE: #LaPremiathon

- Rediseño del trofeo de La Copa del Saber a la medida del concurso y celebración en modalidad mixta: virtual a través de Workplace y presencial en cada tienda.



Capacitación en Habilidades Comerciales

- Dos capacitaciones e-learning alineadas a nuestro Modelo de Servicio al cliente 4C.
- Mundial de las 4C: reforzar las cuatro fases del protocolo: Contacto, Comprendo, Convenzo y Cierro.
- PROSOF: reforzar los cuatro pilares del Convenzo: Venta Proyecto, Servicios Comerciales, Omnicanalidad y Financiamiento.
- Coaching en Acción: herramienta de feedback inmediato que busca reforzar dos de las 4 C de nuestro protocolo de Servicio: "C" de Comprendo y "C" de Convenzo. Logramos 1,371 evaluaciones.

Capacitación Omnicanal

- 110 nuevos cursos e-learning en temas auditables, transversales y técnicos.
- Reforzamos los cursos de capacitación en herramientas digitales:
 - Fpay: 5,215.5 horas
 - Pchera Móvil: 14,226 horas
 - Módulo.com: 6,229 horas
 - Chatbot Pedro: 2,561 horas
 - HUA Alttillo en Power Apps: 1,915.5 horas

CERTIFICACIONES

Certificación de Brigadistas:

- Modalidad mixta (módulo teórico virtual y módulo práctico presencial).
- Certificamos a 2,322 brigadistas.
- 5,700.5 horas de capacitación.

Certificación de Dimensionado – CITEMADERA:

- Fortalecimos las capacidades en las operaciones de dimensionado y tapacanteado de los tableros derivados de la madera.
- Certificamos a 63 asesores/as operarios/as de máquina de corte de las tiendas.
- 1,330 horas de capacitación.

Plan de Continuidad Operacional:

- Reforzamos protocolos y procedimientos de acción frente a emergencias (capacitación teórica y simulacros).
- Participaron nuestros líderes y nuestras lideresas de tienda y brigadistas.
- 3,330 horas de capacitación.

Plan de Continuidad Operacional:

- Reforzamos protocolos y procedimientos de acción frente a emergencias (capacitación teórica y simulacros).
- Participaron nuestros líderes y nuestras lideresas de tienda y brigadistas.
- 3,330 horas de capacitación.

Programa de Capacitación Especializado en ITSE:

- Preparación para afrontar inspecciones en temas de infraestructura.
- Participaron nuestros líderes y nuestras lideresas de tienda.
- 1,082 horas de capacitación.

PROGRAMAS PROPIOS

Programa de Capacitación Virtual – Venta Empresa:

- Fortalecimos el conocimiento técnico, procedimientos y protocolo de servicio de los Ejecutivos de Venta a Empresas.
- 53 cursos con proveedores y cursos e-learning.
- 6,365 horas de capacitación.

Maestrazos:

- Dirigido a asesores/as expertos/as que se van a formar como Maestrazos.
- Desarrollamos competencias digitales, comerciales, en procesos y fortalecer el conocimiento técnico para una gestión integral de venta.
- Nueve asesores/as.
- 1,400 horas de capacitación.

Laboratorio de Expertos:

- Dirigido a asesores/as Seniors o Expertos/as.

- Reforzamos el conocimiento técnico y protocolo de servicio para poder ascender por la línea de carrera.
- 87 asesores/as.
- 1,815 horas de capacitación.

LiderArte:

- Busca potenciar el liderazgo de posiciones de Jefatura en Tienda y sedes tanto en temas de liderazgo como en gestión.
- Tres pilares: Liderazgo Personal, Trabajo en Equipo y Resultados del Negocios.
- Desplegamos el primer pilar con una inversión de 1,710 horas de capacitación.

Plan de Capacitación del Call Center:

- Profesionalizamos el servicio del operador/a telefónico, reforzando los conocimientos necesarios para brindar a nuestros/as clientes/as el mejor servicio.
- 250 asesores/as del Call Center.



Programas corporativo CRECE

- Organizamos la tercera edición, por primera vez en formato virtual.
- Este programa busca capacitar a los 36 o 40 jóvenes con mayor potencial de las diez empresas del Grupo Falabella para que logren marcar una diferencia con una visión 360° del negocio.
- En esta edición, capacitamos a siete participantes con una inversión de 577.5 horas.

Promedio de horas de capacitación - tipo de cargo y sexo 2021 - 2020

Categoría Laboral	Horas - Mujeres		Horas - Hombres		Total de horas por categoría	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Gerente y subgerente (Oficina de Apoyo y tiendas)	2,950.5	2,667	7,237	6,931	10,187.5	9,598
Profesionales y administrativos (Oficina de Apoyo + tiendas excepto Ventas, jefes/as y asesores/as)	18,778.5	21,898	25,443.5	34,376.5	44,222	56,274.5
Otros/as asesores/as, jefes/as y asesores/as de Ventas	130,823.5	143,349	202,225	202,647	333,048.5	345,996
Total por género	152,552.5	167,914	234,905.5	243,954.5	387,458	411,868.5

(GRI 404-1)

Medimos nuestra gestión con:

- La evaluación de Conocimiento Técnico y el NPS Vendedor (conocimiento y satisfacción) que nos ayudan a diagnosticar la situación actual para definir planes de acción.
- Analizamos las capacitaciones 80/20 por área para identificar que nuestros/as asesores/as estén recibiendo capacitaciones técnicas que eleven su nivel de conocimiento y se refleje en las ventas y el servicio al cliente.
- Evolución de la nota de Evaluación del Desempeño

(GRI 404, 103-3)

Cumplimos con nuestros compromisos 2021

- Evaluación de Conocimiento Técnico (CT):
 - Incrementamos dos puntos porcentuales respecto al año anterior: 94.5 % (MAESTRO) y 92.0 % (Sodimac).
 - Incluimos el indicador NPS Conocimiento Vendedor como parte de la nota individual, así como un requisito excluyente para determinar a las cuatro tiendas ganadoras.
 - Sumamos dos departamentos más dentro de la medición.
- Realizamos la primera edición de la Convención de MOMOS digitales.
- Creamos nuevas herramientas:
 - Coaching en Acción.
 - LiderArte.

Compromisos 2022

- Incrementar el conocimiento vendedor en nuestros/as asesores/as.
- Potenciar nuestro modelo de ventas con la calidad de servicio de las 4C y unirlo a la estrategia de experiencia de cliente "Felizómetro".
- Potenciar el rol del MOMO en la estrategia de capacitación sostenible.

5.4 salud y seguridad en el trabajo

(GRI 403: 103-1, 103-2)

Buscamos prevenir los riesgos laborales, fomentando una cultura de prevención y manteniendo un sistema de gestión que permita la protección de nuestros/as asesores/as, promotores/as, personal externo y clientes/as contra accidentes. La gestión de seguridad y salud en el trabajo de nuestra empresa busca facilitar la identificación de los peligros y la evaluación de riesgos existentes, gestionando las medidas de control.

Nuestro sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo está basado en la Ley 29783 - Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo y su reglamento el DS 005-2012-TR, así como sus modificatorias.

(GRI 403-1)

Nuestro procedimiento estándar de **Participación y Consulta en SST** establece que nuestros/as asesores/as participan:

- En la elección de los miembros representantes de los trabajadores del comité y los subcomités de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- En la elaboración y actualización de la matriz IPER.

- En la consulta acerca de la elección de los equipos de protección personal para que se ajuste no solo a los requerimientos de seguridad, sino a la comodidad.

Contamos con un **Comité Central de Seguridad y Salud en el Trabajo (CCSST)** y **Subcomités de Seguridad y Salud en el Trabajo (SCSST)** en cada una de las tiendas. Para elegir estos comités y subcomités, realizamos elecciones generales democráticas; así mismo, capacitamos a todos/as sus integrantes para el buen cumplimiento de sus funciones. Sus funciones y responsabilidades son:

- Aprobación de los siguientes documentos:
 - Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.
 - Plan anual de actividades de SST.
 - Programa anual de SST.
 - Plan anual de capacitaciones.
 - Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del COVID-19 de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.
- Vigilancia del cumplimiento de procedimientos, reglamentos e instructivos de seguridad.
- Investigación de los accidentes e incidentes de trabajo.

El comité y subcomités de SST se reúnen de manera ordinaria una vez al mes y de manera extraordinaria cada vez que lo solicita al menos dos de sus miembros o a solicitud del presidente del comité o subcomité. La toma de decisiones del comité y los subcomités pueden

ser por consenso, mayoría simple o por voto dirimente del presidente cuando existe un empate en las votaciones de los miembros.

(GRI 403-4)

Para la **identificación de peligros y riesgos** contamos con los procedimientos de elaboración y revisión del IPER. El proceso IPER se realiza al menos una vez al año o cuando las condiciones de trabajo varían y están a cargo del comité de Seguridad y Salud en el Trabajo. Los controles se establecen considerando la jerarquía de control del riesgo. La actividad se realiza con participación de nuestros/as asesores/as.

Nuestro Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo establece que nuestros/as asesores/as deben:

- Reportar a su jefe/a inmediato/a y al jefe/a encargado/a de prevención cualquier peligro o riesgo identificado que pueda atentar contra la seguridad y la salud de las personas.
- Rehusarse a realizar cualquier actividad que ponga en riesgo su integridad física o salud.
- Intervenir para detener cualquier acto o condición insegura que atente contra la seguridad y la salud de sus colegas.

El comité o subcomité de Seguridad y Salud en el Trabajo está encargado de la investigación de los accidentes de trabajo haciendo uso del procedimiento de Gestión

de Accidentes e Incidentes, en el que se orienta sobre la revisión de evidencias, utilizando la metodología SCAT y la tabla TASC, y siguiendo los siguientes pasos: identificación de causas inmediatas, causas básicas, acciones correctivas con plazo y responsable. En el caso de investigación de accidentes de terceros, solicitamos a la empresa de servicios que realice su propia investigación y medidas correctivas como elemento de partida de nuestra investigación.

(GRI 403-2)

Nuestros/as asesores/as que se encuentran vinculados directamente con las relaciones comerciales (personal de tiendas) cuentan con acciones de prevención y control de peligros y riesgos, de acuerdo con las actividades que realizan, y las metodologías descritas en los párrafos superiores. Además, las empresas que prestan algún tipo de servicio dentro de estas relaciones comerciales cuentan con una homologación en seguridad y salud en el trabajo, enmarcada dentro de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.

(GRI 403-7)

Capitamos a los/as nuevos/as asesores/as al inicio de su contratación mediante una inducción general denominada Un día seguro, seguro que es un gran día. En esta inducción se aborda los siguientes temas: estándares de carga manual, procedimiento estándar en el uso de equipos logísticos motorizados, equipo de protección personal (EPP) y protección de manos, procedimiento





estándar para el uso de la escalera tipo avión y materiales peligrosos (MATPEL). Luego en la tienda, el asesor o la asesora recibe entrenamientos prácticos sobre los temas aprendidos en la inducción.

A lo largo del año dictamos capacitaciones generales que abarcan todo tipo de temas.

(GRI 403-7) (GRI 403-5)

5.4.1 Programas de salud ocupacional

(GRI 403-3)

Para la salud y el bienestar de nuestros/as asesores/as contamos con el área de Salud y Medicina Ocupacional con especialistas y tópicos en cada sede implementados al 100 % para la atención de primeros auxilios.

Esta área se encarga del Programa de Vigilancia Médica de la Salud de nuestros/as asesores/as, así como de la atención de los accidentes, enfermedades ocupacionales o dolencias comunes y del plan de prevención y monitoreo del COVID-19. En el 2021, desarrollamos las siguientes actividades:

#JuntosNosCuidamos (vigilancia, prevención y control del COVID-19)

Nos alineamos a las disposiciones establecidas por el Gobierno, teniendo como objetivo velar por la seguridad y salud de nuestros/as asesores/as y determinar los protocolos para prevenir los riesgos de contagio del COVID-19. En este plan establecimos procedimientos de prevención, previos al ingreso o reincorporación de trabajadores/as luego del periodo de cuarentena y sobre el despacho a domicilio, así como instrucciones y protocolos relacionados al lavado y desinfección de manos, uso de mascarillas y otros temas cotidianos relacionados.

Dentro de las acciones que mantenemos para la vigilancia, prevención y control del COVID-19 destacamos:

- **Comités COVID:** espacio semanal en el que nuestra área médica expone los indicadores de casos confirmados y sospechosos y las acciones de prevención y vigilancia.
- **Salud física y emocional:** capacitaciones acerca de la enfermedad y el cuidado preventivo. Contamos con el canal de Workplace para capacitaciones sobre salud física y emocional.
- **Vigilancia telefónica:** para las personas vulnerables.
- **Capacitaciones:** para el retorno laboral presencial dispusimos de capacitaciones acerca de los protocolos en las tiendas.

- **Plataforma SBclient:** nos permite el seguimiento de los casos que requieren vigilancia incluso luego de la reincorporación de los/as trabajadores/as.

- **Plan de Monitoreo COVID-19:** implementamos la toma de pruebas rápidas aleatorias en todas nuestras tiendas.

- **Capitanes del Distanciamiento:** tienen como función hacer respetar la distancia social de 1.5 m en las tiendas, entre colegas y entre nuestros/as asesores/as y nuestros/as clientes/as.

- **Carrito del Distanciamiento:** consta de un perifoneo que pasea por toda la tienda en un carrito de compras brandeado para reforzar el distanciamiento social de 1.5 m.

- **Turnero Digital:** es una App que brinda a nuestros/as clientes/as una mejor experiencia y atención preferencial, programando previamente su visita a nuestra tienda.

Exámenes médicos preocupacional, ocupacional y posocupacional

Estos exámenes son realizados a todos/as nuestros/as asesores/as. A partir de la información de estas evaluaciones, desarrollamos el Programa de Vigilancia Médica de la Salud.

Pausas activas con distanciamiento

Con la reapertura de nuestras tiendas hemos seguido

trabajando el programa de pausas activas de la mano con el área de Salud Ocupacional y Prevención, respetando todos los protocolos necesarios exigidos por ley.

Charlas de salud

Realizamos charlas sobre estilos de vida saludable, salud mental, VIH, talleres de manipulación de carga manual, elaboración del programa de ergonomía músculo esquelética y manejo del estrés.

Campañas de salud

Invitamos a profesionales de la salud para que lleven a cabo campañas de nutrición, protección solar y vacunación gratuita.

Programa Calmamente

Este espacio de meditación está dirigido a los/as asesores/as que buscan un espacio de silencio y relajación que, a través de estímulos, impacte positivamente en su bienestar. Nuestro sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo es auditado anualmente, de acuerdo con el programa de auditoría establecido.

Bienestar emocional

Acompañamos a nuestros/as asesores/as durante momentos difíciles personales, considerando su bienestar emocional. Especialmente en el contexto de la COVID-19, realizamos un acompañamiento sostenido en caso de duelo, el cual forma parte de nuestro Plan de Beneficios Juntos.



JOTA, tu asesora virtual

Iniciativa que se manifiesta por medio de un personaje cercano que tiene la finalidad de apoyar en la salud ocupacional a través del tamizaje a nuestros/as asesores/as. Se inició como un bot que fue desarrollándose y tomando una personalidad que hoy en día está asociada a la salud, seguridad y prevención. A través de JOTA, difundimos mensajes y recomendaciones que se relacionan con tres ejes comunicacionales:

- **Prevenir:** dar consejos de prevención de accidentes laborales.
- **Conocer:** iniciativas e información relevantes en temas de seguridad.
- **Enseñar:** transmite las buenas prácticas de las sedes para cumplimiento con la seguridad y la salud ocupacional.



(GRI 404, 103-2) (GRI 403-6)

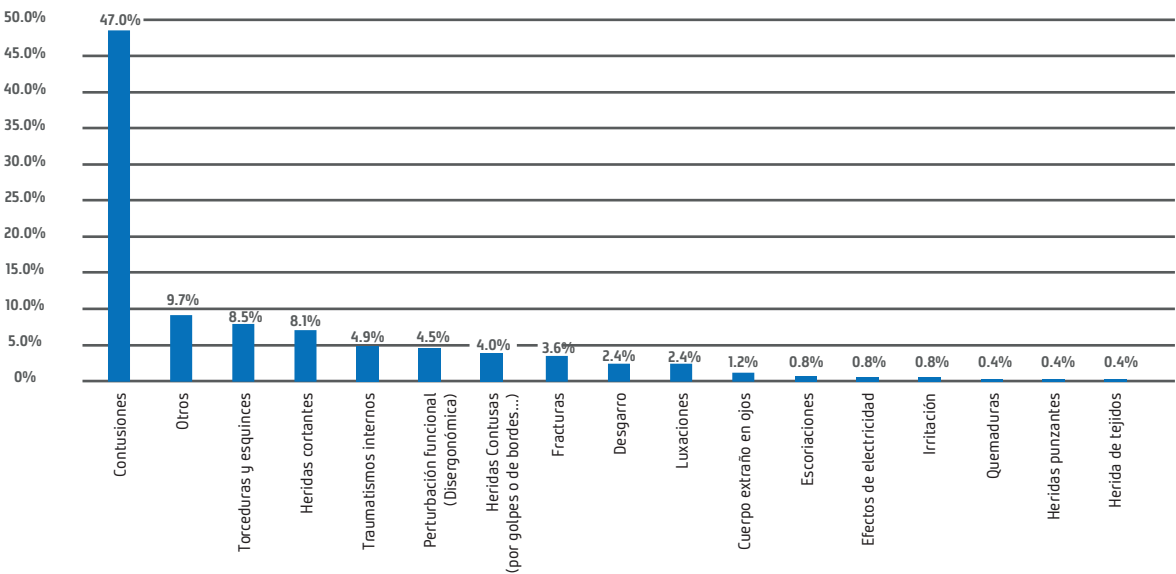
Nuestro sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo es auditado anualmente, de acuerdo con el programa de auditoría establecido.

(GRI 403, 103-3)

Indicadores	2020	
	2021	2020
Total, accidentes	247	16,457,075
Horas trabajadas	18,963,056	12.70
Tasa de accidentabilidad	13.02	2,484
Días perdidos	4,026	19,872
Horas No trabajadas	32,208	150.94
Tasa de días perdidos (*)	212.31	

(*) Las tasas se han calculado por cada 1,000,000 horas de hombres trabajadas.
(*) Se consideran días perdidos a los días naturales a partir del día siguiente del accidente, de acuerdo con el DS 005-2012 Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Cantidad de Accidentes por tipo de Lesión 2021





Los peligros laborales que representan mayor riesgo de lesión son:

- Manipulación de carga y falsos movimientos, provocando lesiones disergonómicas que implicaron días perdidos prolongados.
- Aprisionamiento o atrapamiento.
- Caída de objetos durante la manipulación.
- Golpes por objetos.

Nuestros/as asesores/as reciben los equipos de protección personal (EPP) necesarios para protegerlos durante la actividad (guantes anticorte, lentes de seguridad, protectores auditivos, respiradores y calzado de seguridad). (GRI 403-9)

Cumplimos con nuestros compromisos 2021

- Redujimos los accidentes en un 29.4 % y los días perdidos por accidentes de trabajo en un 27.7 %.
- Implementamos campañas de SST con el área de Medicina Ocupacional: carga manual, pausas activas, campaña PARE e infografías preventivas a través de la plataforma Workplace.
- Cumplimos con el 94.83 % de capacitaciones de SST. Utilizamos las plataformas digitales para informar a nuestros/as asesores/as sobre la importancia de la SST.
- Programamos quincenalmente inspecciones de seguridad física y virtuales (videollamada) a las tiendas con las jefaturas de prevención y coordinadores de cumplimiento.
- Cumplimos los programas de vigilancia médica al 100 %.

Compromisos 2022

- Reducir accidentes en un 15 %.
- Cumplir con las capacitaciones auditadas en un 90 %.
- Continuar con los programas de vigilancia médica.

5.5 libertad de asociación y negociación colectiva

(GRI 102-41) (GRI 407-1)

Nuestra Política de Sostenibilidad declara nuestro compromiso hacia el respeto de la libertad de asociación y negociación colectiva.

Buscamos el diálogo y la comunicación constante con nuestros/as asesores/as, quienes son fundamentales para nuestra operación. Por ello, utilizamos este derecho a través de diferentes y efectivos canales de comunicación. No gozamos de convenios colectivos ni hemos identificado ningún riesgo en el que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva pueda estar en peligro.

- Número de sindicatos: cero.
- Número de asesores/as sindicalizados/as: cero.

Sin embargo, trabajamos de forma sostenida junto a dos comités paritarios elegidos por los/as asesores/as: Comité de Prevención Frente al Hostigamiento Sexual y Comité de Seguridad en el Trabajo. Estos, además, cuentan con sub-comités en cada tienda, los cuales buscan fomentar el diálogo permanente con la compañía

5.6 Estrategia EDIPVI

(GRI 405, 103-1) (GRI 406, 103-1)

Equidad, Diversidad, Inclusión y Prevención de la Violencia

“Promoviendo una cultura de paz”

Vivir en equidad, respetando y valorando la diversidad dentro y fuera de nuestra empresa es un compromiso para lograr una cultura de paz. En Sodimac y MAESTRO, brindamos igualdad de oportunidades crecimiento y de desarrollo profesional a todas las personas sin distinción de ningún tipo, valorando en ellas sus diferencias.

Buscamos promover una cultura de paz y libre de violencia en la empresa y la comunidad, dándole valor a la diversidad, equidad de género e igualdad de oportunidades a través de nuestra Estrategia EDIPVI: Equidad, Diversidad, Inclusión y Prevención de la Violencia, la cual nace en el 2017 para crear conciencia con los problemas de violencia y discriminación en el Perú.

La estrategia cuenta con los siguientes componentes:



Principios y Políticas:

las políticas son los lineamientos que rigen nuestro actuar, los cuales son comunicados a toda la empresa y tienen como objetivo poner en valor la diversidad e inclusión.

- Política Diversidad e Inclusión.
- Política Equidad de Género.
- Protocolo de Prevención Hostigamiento Sexual.
- Protocolo Transición de Género.



Gestores/as EDIPVI:

asesores/as capacitados/as, cuyo objetivo es la promoción de la equidad, diversidad e inclusión en todas las sedes de la empresa. Hasta la fecha contamos con más de 100 asesores/as en todas nuestras sedes a nivel nacional.



Programa Confía:

ofrecemos asesoría psicológica y legal las 24 horas del día durante los 365 días del año, a través de diferentes medios (teléfono, WhatsApp, correo electrónico, presencial o in house). Es extensivo a familiares directos (padres, madres, esposo/a, conviviente, hijos/as).



La Ruta de la Equidad:

programa de capacitaciones teórico-práctico con talleres vivenciales (virtuales en pandemia), liderados por el equipo de Comunicación, Clima, Cultura y Sostenibilidad e impulsados por nuestros/as gestores/as EDIPVI. Está dirigido a nuestros/as asesores/as, sus familiares y la comunidad.



Plan de Beneficios JUNTOS:

más de 50 beneficios desarrollados para llevar a la práctica nuestras políticas. La totalidad de nuestros beneficios son inclusivos.



Canales de escucha:

espacio de diálogo abierto con nuestros/as líderes/as para identificar las necesidades de nuestros/as asesores/as involucrados/as en la diversidad e inclusión.



Comités:

instancias lideradas por altos mandos de la compañía con el objetivo de atender situaciones relacionadas a nuestros principios de diversidad e inclusión.

- Comité de Intervención Frente al Hostigamiento Sexual.
- Comité de Sostenibilidad, Diversidad e Inclusión.
- Comité de Ética.

5.6.1 Pilares de la Diversidad

Contamos con personas de toda índole en nuestra empresa y les brindamos los recursos necesarios para poder sacar su máximo potencial y logren sin distinción alguna a diversos recursos y beneficios. Nuestros pilares de diversidad son:

Equidad de Género: promovemos la reducción de brechas entre hombres y mujeres; hacemos que los hombres sean agentes de cambio para la equidad. Contamos con dos programas para lograrlo:

- **Mujeres Conectadas:** a través de nuestro programa Mujeres Conectadas, el cual promueve el empoderamiento y el liderazgo femenino, buscamos reconocer que hoy en día existe una condición de desigualdad entre hombres y mujeres y que las distintas brechas existentes representan una problemática para la sociedad.
 - **Atracción y selección:** impulsamos procesos semiciegos y nos aseguramos de tener por lo menos una mujer en las ternas (cuota mínima).
 - **Capacitación y Desarrollo:** impulsamos el conocimiento sobre equidad de género y fomentamos el liderazgo femenino.

Programa de Mentoring: Mujeres Conectadas

Espacio que busca el crecimiento profesional de mujeres en cargos de liderazgo en de Tiendas, Centro de Distribución y Call Center a partir del acompañamiento de lideresas de la Oficina de Apoyo como sus mentoras.

- 17 mentoras.
- 77 mentees.
- 15 % de movilidad entre las mentees.



- **Monitoreo y Mejora continua:** hacemos seguimiento a la mejora a través del Ranking Par y el ranking Mujeres de GPTW, además, verificamos nuestros diversos indicadores:

- ✓ Rotación, ausentismo, productividad por género.
- ✓ Evaluación de desempeño en mujeres.
- ✓ Satisfacción por género.
- ✓ Participación en la comunidad: Mujeres Conectadas.
- ✓ Meta de género: 40 % de mujeres en cargos de liderazgo para el 2025.

- **Nuevas Masculinidades:** buscamos promover la equidad de género desde el rol del hombre como agente de cambio, reconociendo que el hombre cumple un papel fundamental en el rompimiento de estereotipos y el fomento de la equidad en el hogar y en el trabajo.

Diversidad Generacional: incentivamos la importancia de todas las generaciones para el desarrollo de nuestra empresa, rompiendo cualquier estereotipo; por ello, contamos con los siguientes programas:

- **Programa Espíritu Joven:** tiene como objetivo brindar oportunidades de trabajo e impulsar la inserción laboral de personas de la tercera edad con el fin de contribuir a una sociedad más inclusiva. Buscamos resaltar sus experiencias en el rubro.

Asesores/as del programa Espíritu Joven

Criterio	2021
Total	595
Sexo	
Hombre	70 %
Mujer	30 %
Grupo etario	
55 a 65 años	94 %
66 a 84 años	6 %

- **Talento Z:** tiene como objetivo fomentar la empleabilidad a través de capacitaciones a los/las jóvenes de la Fundación Forge, con quienes tenemos una alianza para generar empleo a poblaciones en condición de vulnerabilidad.

Diversidad Funcional: consideramos que la discapacidad no representa límites en nuestra empresa; por eso, fomentamos la generación de empleo digno para esta población con el siguiente programa:

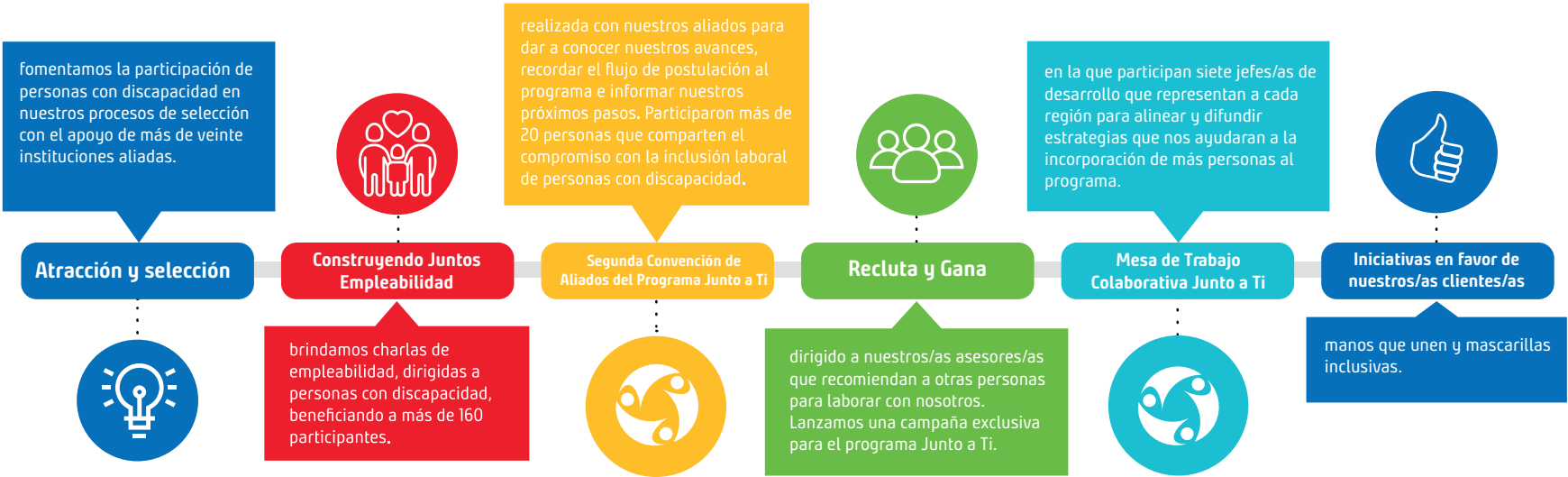
- **Programa Junto a Ti:** participamos en la construcción de un país sin brechas entre las personas a través de la inclusión laboral y la mejora de las condiciones de trabajo de las personas con discapacidad. Nuestro compromiso es poner en valor la diversidad e inclusión para generar una cultura de paz.



Asesores/as del programa Junto a Ti

Criterio	2021	2020
Total	123	
Sexo		
• Hombres	62 %	60 %
• Mujeres	38 %	40 %
Tipo de discapacidad		
• Visual	11 %	12 %
• Motora	43 %	46 %
• Auditiva	16 %	17 %
• Neurológica	16 %	14 %
• Otras	13 %	11 %
Región		
• Lima	61 %	---
• Provincias	39 %	---

Durante el 2021 implementamos las siguientes acciones con la finalidad de hacer crecer a nuestra comunidad Junto a Ti en Sodimac y MAESTRO:





Diversidad Sexual: la comunidad LGBTIQ+ vive en la actualidad en situación de vulnerabilidad de sus derechos y se enfrentan a mucha discriminación. Por eso, contamos con nuestro programa:

- **Comunidad LGBT+ y Aliad@s:** conocida como Comunidad Libertad en el 2020, pero a partir de este año pasó a ser llamada Comunidad LGBT+ y Aliad@s a nivel corporativo. Tiene como objetivo visibilizar y promover la inclusión de la comunidad LGBTIQ+ en el ambiente de trabajo, sensibilizando a nuestros/as asesores/as para fomentar espacios seguros y libres de discriminación.

o **Somos parte de la red Pride Connection desde el 2017:** más de 70 empresas que promueven la inclusión de la comunidad LGBTIQ+ en el Perú.

o **Tenemos la Certificación Presente:** Mejores Lugares para el Talento LGBTIQ+ y hemos sido reconocidos como el tercer Mejor Lugar para Trabajar.

o Firmamos diez compromisos de manera pública junto a empresas de la red Pride Connection Perú para seguir promoviendo espacios inclusivos para la Comunidad LGBTIQ+.

o + 202 miembros en nuestra Comunidad de Workplace.



Todos nuestros programas son auditados anualmente, de acuerdo con el programa de auditoría establecido.

(GRI 405, 103-3) (GRI 406, 103-3) (GRI 412, 103-3)

5.6.2 Comunicación y sensibilización transversal

Ponemos a disposición de nuestros canales de comunicación que tratan temas específicos relacionados con la diversidad:

- Manual de Gestión y Comunicación Inclusiva.
- Historias de éxito: identificamos a nivel interno:
 - o Historias de mujeres que inspiran a otras a empoderarse y romper los estereotipos.
 - o Historias de hombres que inspiran a romper estereotipos y ser agentes de cambio.
 - o Historias de asesores/as con discapacidad que representan un ejemplo en desempeño dentro de nuestra empresa.
- Campañas internas y externas de comunicación.
- Días conmemorativos.
- Comunidades en Workplace integradas por asesores/as que participan de los diferentes programas o tienen interés en impulsar los mismos, quienes intercambian experiencias y reciben sensibilización sobre las relaciones sin estereotipos ni discriminación.
(GRI 405, 103-2)

6.



Nuestros clientes



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2021
SODIMAC PERÚ 57



Nuestro mercado está compuesto por tres segmentos importantes:

(GRI 102-6)

1 Familias	2 Especialistas y profesionales	3 Empresas
<ul style="list-style-type: none">• personas naturales de todos los niveles socioeconómicos. Hombres, mujeres y personas no binarias que participan de manera directa o indirecta en la adquisición de productos y en cuyos hogares se realiza algún arreglo, mejora, remodelación o construcción.	<ul style="list-style-type: none">• gasfiteros/as, albañiles, carpinteros/as, electricistas, pintores/as, ingenieros/as civiles, arquitectos/as, contratistas y otros/as que se encuentran ejerciendo su profesión y participando en la construcción, remodelación, mantenimiento o decoración de hogares o empresas.	<ul style="list-style-type: none">• organizaciones e instituciones que deseen materiales de construcción para sus proyectos inmobiliarios y productos para el mejoramiento, mantenimiento y reparación de la infraestructura en donde desarrollan sus actividades.

6.1 Innovación y transformación digital

(GRI 416, 103-1)

Potenciamos nuestra estrategia #TurboDigitalización, iniciada en el 2020 con el objetivo de acelerar nuestras capacidades físico-digitales para fortalecer la experiencia de nuestros/as cliente/as y diversificar la oferta. Esta estrategia marcó la pauta en todas nuestras áreas.

La #TurboDigitalización parte del rediseño de las operaciones y se enfoca en nuestros/as asesores/as para que desarrollen sus competencias digitales y su capacidad para ponerse en el lugar del/a cliente/a y entregarle mejores soluciones.

Innovamos en el desarrollo de los canales de venta a distancia y en el fortalecimiento sostenido de capacidades logísticas. Como resultado de ello, redujimos los plazos de entrega de productos, con un 70 % de estos entregados en 24 horas o menos. Además, cumplimos la promesa de entrega Same Day tanto para retiro en tienda como despacho a domicilio.



Innovamos en el desarrollo de los canales de venta a distancia y en el fortalecimiento sostenido de capacidades logísticas. Como resultado de ello, redujimos los plazos de entrega de productos, con un 70 % de estos entregados en 24 horas o menos. Además, cumplimos la promesa de entrega Same Day tanto para retiro en tienda como despacho a domicilio.

Los canales web y la App Sodimac cobraron una relevancia significativa con cerca de 8 millones de visitas en nuestra página web y un incremento en las ventas desde la aplicación.

Lanzamos WhatsApp como canal de atención y ventas e implementamos más opciones de retiro de productos como recojo en auto, **recojo en tienda en dos horas a nivel nacional y envío en el mismo día**.

Reafirmamos nuestro compromiso de acompañar a los/as maestros/as y especialistas en su crecimiento profesional. Por eso desarrollamos:

- **Capacitaciones Digitales:** capacitacionesdigitales.com
 - Plataforma educativa con sesiones gratuitas y remotas para clientes/as junto a especialistas de marcas importantes del sector construcción.
 - + 200 videos de capacitación.
 - + 200,000 usuarios registrados.
 - Contenidos de Construyendo Seguridad se trasladaron a esta plataforma.

- Formato live en redes sociales para generar una interacción más directa.

- **La Gran Feria de Capacitación:** desarrollamos este evento, por primera vez, en colaboración con Sodimac Colombia, por lo que se denominó La Gran Feria de Capacitación Virtual Internacional:
 - + 40 stands virtuales.
 - + 60 capacitaciones con las marcas más importantes del sector.
 - Participación de Sencico, el instituto CAPECO y organizaciones como la Asociación de Emprendedores del Perú.
 - Transmisión a todo el Perú y Latinoamérica vía streaming.
 - 42,800 personas registradas.
 - La feria internacional tuvo un total de 50,763 asistentes.
 - 2,188 certificados descargados.
 - Conversatorio Balances y perspectivas de la equidad de género en el sector construcción, con representantes de la Corporación Sisma Mujer, Aequales y la Secretaría Distrital de la Mujer en Bogotá. El evento buscó revalorizar el rol de las mujeres en el rubro y exponer las diversas iniciativas que se vienen desarrollando con la finalidad de mejorar la situación tanto en Perú como en Colombia.

- **Clases Maestras:** en el marco del Día de la Mujer, expusimos la brecha de género que existe en el sector construcción (5 % son mujeres) y mostramos que

ellas no solo se desempeñan de manera técnica o profesional, sino también como docentes o instructoras en diversas instituciones. Desarrollamos una semana de capacitaciones impartidas enteramente por mujeres del sector construcción para evidenciar su expertise en este rubro e incentivar a muchas otras a incursionar en estas carreras, así como sumar a otros actores claves que pueden contribuir con un cambio significativo en el sector. Tuvimos alrededor de 900,000 participantes.

- **Otras acciones:**

- Programas de capacitación en protocolos de bioseguridad como Construyendo Seguridad y Lunes de Progreso.
- Relanzamos el Círculo de Especialistas, programa de fidelización con beneficios que contribuyen al crecimiento profesional y personal de estos/as clientes/as.
- Mejoramos y expandimos nuestro programa **Maestrazo** a más tiendas, el cual ofrece una experiencia ágil y personalizada para que nuestros/as clientes/as puedan hacer sus compras de manera más rápida, sin dejar de lado la conexión con nuestros/as asesores/as expertos/as.

En cuanto al **cliente hogar**, replanteamos la estrategia comercial con soluciones innovadoras para los desafíos de distribución y decoración ante las nuevas tendencias por la pandemia (el teletrabajo o los estudios desde los hogares).

Reforzamos nuestro pilar Inspiración, a partir de una comunicación bidireccional que nos permite resolver las principales dudas de las personas sobre proyectos de hogar, haciendo uso de las siguientes plataformas:

- Plataforma Inspírate: contenido educativo e inspiracional como parte de nuestro Always ON de redes sociales y en nuestra web. Abordamos desde tips para nuestros/as clientes/as hasta talleres demostrativos sobre cómo pueden hacer realidad sus proyectos de hogar.
- Plataforma Lo encontré en Sodimac: contenido que muestra a nuestros/as clientes/as los productos más novedosos y atractivos de nuestro catálogo.
- Campañas: contenido que comunica las campañas estacionales 360° y digitales transaccionales.
- Plataforma omnicanal: contenidos que refuerzan los beneficios de comprar en nuestra web y los beneficios de la App Sodimac.
- Catálogos digitales: migramos nuestro catálogo impreso a un formato 100 % digital.

Digitalizamos los procesos de asesoría, venta y reserva de servicios para que la experiencia sea más ágil y placentera. Potenciamos aquellos servicios que ofrecen un diseño y propuesta 100 % personalizada como el Centro de Proyectos de Baños y Cocinas, el Servicio de Cortinas, Rollers y Persianas a Medida, y el Centro de Diseño de Puertas y Ventanas.



Remodelamos nuestras tiendas físicas para brindar mejores experiencias a nuestros/as clientes/as y llegar a nuevos mercados. Desarrollamos un nuevo showroom de pisos en Sodimac Jockey Plaza con un diseño de experiencia integral que se implementará en más tiendas.

Desde el enfoque de la inclusión, desarrollamos:

- o **Audio Terrazas:** utilizamos sonidos, efectos y técnicas de locución sonora para crear una experiencia diferente y única, innovando la práctica comercial con el objetivo de generar contenidos enfocados en una experiencia inclusiva para las personas con discapacidad visual.
- o **Manos que Unen:** se originó en nuestra tienda MAESTRO de Huacho con el objetivo de promover la equidad a través de una propuesta de comunicación inclusiva mediante el uso del lenguaje de señas.
- o **Mascarilla Inclusivas:** nos permitió atender a nuestros/as clientes/as con discapacidad auditiva en todas nuestras tiendas.

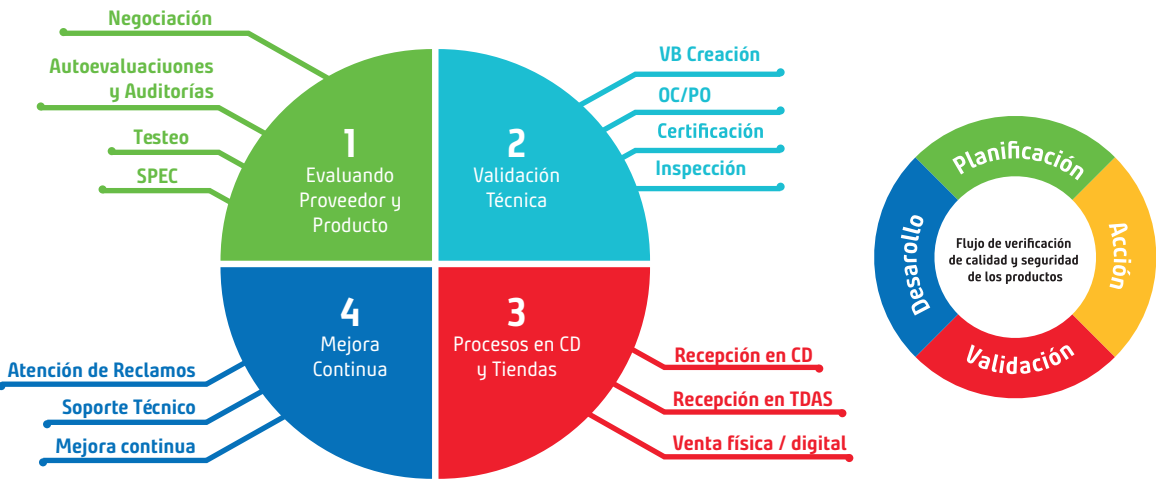
6.2 Productos seguros

Realizamos procesos de gestión de calidad dentro de la cadena de suministro; desde las condiciones técnicas necesarias para crear un producto regulado hasta la participación en la gestión de reclamos por calidad de estos y su mejora continua.

Buscamos cumplir con los estándares nacionales e internacionales definidos para proveedores y productos, trabajando con empresas de servicios y entidades especializadas en evaluación, certificación y regulación para asegurar el cumplimiento de los plazos y procedimientos establecidos por nuestra empresa.

(GRI 416, 103-1) (GRI 416, 103-2)

Cadena de suministro





En el 2021 realizamos revisiones documentarias, testeos, certificaciones bajo esquemas regulatorios e inspecciones de fábricas de producción de mercadería en Asia y Latinoamérica, así como las importaciones que efectuamos con el fin de lograr un proceso más fluido y de control.

Autogestión: visto bueno del control de calidad antes de la codificación de productos regulados

Antes de codificar en nuestro sistema un producto regulado (denominado como “sensible”, ya que necesita condiciones técnicas reguladas por normativas o reglamentos del Estado), se requiere que cumpla con condiciones técnicas documentarias, las cuales se encuentran indicadas por el área de control de calidad de nuestra matriz, a través de la Clasificación Comercial del Producto (CLACOM) y BRICKS. Estas condiciones pueden verse modificadas, según las nuevas normativas, las exigencias del mercado y los requisitos adicionales.

Con este control inicial podemos validar los documentos técnicos, ejemplo de ellos son las fichas técnicas, los certificados, los ensayos, las hojas de seguridad, etc.

Durante el 2021 se crearon 7,899 productos (no Marketplace ni Venta en Verde), de los cuales validamos como Control de Calidad 1,285 cubriendo un 16 % respecto del total.

Asesores/as del programa Espíritu Joven

Inicio de medición	1 de enero del 2021
Fin de medición	31 de diciembre del 2021
CLACOM asignadas como “SENSIBLES” (al proceso de V”B” de control de calidad)	152 CLACOM
SKU (código de productos) – No Marketplace ni Venta en Verde	7,899
SKU con requerimiento de aprobación por control de calidad	1,285

Inspecciones de productos a proveedores extranjeros

Como parte del control calidad en nuestros productos importados, coordinamos inspecciones tercerizadas con empresas inspectoras internacionales especializadas en el rubro; dichas empresas realizan el levantamiento de la información para la elaboración de órdenes de compra; la metodología utilizada es la inspección por muestreo a partir de la especificación técnica acordada previamente con el proveedor de la mercadería; así

mismo, los productos deben cumplir con las exigencias en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

En el 2021 importamos inventarios valorizados en USD 202 M, de los cuales un inventario de USD 96 M (que involucra a 3,512 SKU o códigos de productos) tuvo inspección, asegurando de esta manera el 48 % de nuestro FOB IMPORTADO.
(GRI 416-1)

Nuestros procesos de evaluación de la calidad del producto y proveedores se vienen evaluando de forma mensual y anual respectivamente a través de indicadores locales y corporativos.
(GRI 417: 103-1, 103-2)

6.3 Comercio responsable

(GRI 417, 103-1)
El cliente requiere estar informado cuando adquiere los productos o servicios que comercializamos; por eso, la información consignada en las etiquetas de los productos o en los contratos que podamos suscribir es muy importante.

En el acuerdo comercial, firmado entre Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. y el proveedor, se menciona los lineamientos que este último debe cumplir acerca del etiquetado del producto. Además, se debe cumplir con las normas técnicas generales aplicadas en el país y las especificadas en el producto.

El etiquetado de los productos requiere de la siguiente información:

1. País de fabricación, no siendo necesaria la declaración del país de cada componente del producto.
2. Existencia de una o más sustancias relevantes que puedan generar algún tipo de impacto ambiental o en la salud de nuestros/as clientes/as, pero no se tiene especificado alguna relación de sustancias.
3. Advertencias, avisos, símbolos o pictogramas sobre el uso seguro del producto.
4. Indicaciones sobre la disposición final del producto.
(GRI 417, - 1)

Incumplimientos relacionados con clientes

Se presentaron dos casos de incumplimiento y se pagó la multa respectiva.

Autoridad	Materia	Tipicidad / Infracción	N° de expediente	N° de resolución	Multa impuesta	Multa pagada
Indecopi	Protección al consumidor	Devolución de compra no procesada.	142-2020/ CC2	000691-2021/ SPC-Indecopi	1.3 UIT	5,720.00
Indecopi	Protección al consumidor	Entrega tardía de productos	060-2020/ CC3	102-2021/CC3	116.7 UIT	513,480.00

Se presentaron trece casos de amonestaciones relacionadas a la falta al deber de idoneidad; todos concluidos y con resolución final en el 2021, según el siguiente detalle:

N°	Número de casos	Descripción del hecho
1	7	Idoneidad del producto/servicio
2	1	Discriminación
3	2	Libro de reclamaciones/Falta de atención a reclamos
4	2	Servicios relacionados con productos financieros.
5	1	Falta de entrega

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

6.4 Privacidad de los datos de los clientes

(GRI 418, 103-1, 103-2)

Contamos con una Política de Privacidad, publicada en nuestra página web, a través de la cual nos comprometemos a respetar los principios establecidos en la normativa de protección de datos personales vigente. Estos principios comprenden el principio de legalidad, consentimiento, finalidad, proporcionalidad, calidad, seguridad, disposición de recurso y nivel de protección adecuado.

En el 2021 no se registró incidentes, reclamos ni denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

(GRI 418-1)

6.4 Experiencia del cliente

Dentro del contexto de pandemia y pese a las restricciones en tienda sufridas a inicios de año, logramos alcanzar niveles históricos de NPS, obteniendo 58.8 puntos en junio y manteniendo niveles estables en el segundo semestre del año.

A su vez, logramos obtener los mejores indicadores de posventa de nuestra historia, obteniendo un índice de reclamos acumulado anual de 0.22 % frente al 0.59 % de lo planificado y un índice de velocidad de respuesta de 49 % frente al 16 % de lo planificado, logrando satisfacer a nuestros/as clientes/as y generando eficiencias en la operación.

Gracias a los nuevos canales de comunicación con nuestros/as clientes/as como el WhatsApp así como a las nuevas capacidades de despacho, obtuvimos resultados de NPS en despacho a domicilio de 70.1 puntos en noviembre y en retiro en tienda de 54.3 puntos y creciendo de manera sostenida durante el año.

Los reclamos de nuestros/as clientes/as que constan en el Libro de Reclamaciones físico y online fueron resueltos en un plazo máximo de 25 días, de acuerdo con nuestra legislación.

 **11,595**
Libro de Reclamaciones
(físico y *online*) 2021

 **37,017**
Libro de Reclamaciones
(físico y *online*) 2020

¹⁴ NPS: Net Promoter Score. Puntuación calculada a partir de una pregunta que se envía a los clientes para conocer si recomiendan determinada marca.

7.



Cadena de suministro



Estamos comprometidos en lograr un crecimiento responsable a través de diferentes iniciativas que permiten un desarrollo sostenible y reafirma nuestro compromiso con la sociedad, el ambiente y nuestros/as proveedores/as. En el marco de la política de abastecimiento responsable es fundamental que nuestros/as proveedores/as cuenten con buenas prácticas laborales, un ambiente adecuado de trabajo, el uso de elementos de seguridad y el respeto por las normas nacionales y acuerdos internacionales en materia laboral.

(GRI 102-9) (GRI 204, 103-1) (GRI 308, 103-1) (GRI 414, 103-1)

7.1 Nuestros proveedores

Se divide en:

- **Proveedores de mercadería:** compuestos por proveedores nacionales y extranjeros que nos proporcionan la mercadería para su comercialización en nuestras tiendas.

Tipo de proveedor	2021		2020	
	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)
Mercadería nacional	624	2,196,628,877	708	1,435,529,626

(GRI 204-1)

Los proveedores de mercadería están clasificados de acuerdo con la mercadería que proporcionan, agrupándolos por “Familias”:

Familia		
01 - Madera y Tableros	10 - Ferretería	19 - Decoración
02 - Puertas/Ventanas/Molduras	11 - Casa Inteligente	20 - Aseo
03 - Fierro/Hierro/Acero	12 - Pintura y Accesorios	21 - Temporada
04 - Tabiquería/Techumbre/Aislación	13 - Baños y Cocinas	22 - Aire Libre
05 - Obra gruesa	14 - Pisos	23 - Jardín
06 - Plomería/Gasfitería	15 - Iluminación y Ventiladores	25 - Promociones - Soporte Técnico
07 - Electricidad	16 - Electrohogar	26 - Alquiler de herramientas
08 - Accesorios de automóviles	17 - Muebles	27 - Organización
09 - Herramientas y Maquinarias	18 - Menaje	

- **Proveedores de suministros y servicios:** compuestos por proveedores nacionales y extranjeros que nos proporcionan los suministros y servicios necesarios para operar.

(GRI 204, 103-2)

7.2 Compromiso de sostenibilidad

En este año 601 proveedores firmaron acuerdos comerciales con cláusula de sostenibilidad.

Crecemos Juntos

Responde a nuestra necesidad de fomentar el crecimiento de nuestro entorno. Es un programa dirigido a emprendimientos, MYPES y PYMES que tiene como objetivo contribuir al desarrollo sostenido de estos proveedores a través de la exposición de sus marcas, capacitación en temas de relevancia tales como liderazgo y aspectos comerciales y el acceso a beneficios de facturación.

7.3 Evaluación de proveedores

Somos miembros de Sedex, una organización de membresía internacional que apoya a las empresas a implementar prácticas comerciales y cadenas de suministro responsables y que proporciona sus servicios en su plataforma en línea, donde con herramientas y conocimientos apropiados, permiten evaluar a nuestros proveedores y gestionar el riesgo en nuestra cadena de suministro.

Esta plataforma permite a sus miembros almacenar, compartir y generar informes sobre cuatro áreas claves: normativas laborales, seguridad y salud en el trabajo, ambiente y ética comercial para la evaluación de los proveedores que se inscriben en dicha plataforma. El proceso abarca desde autoevaluaciones (SAQ) a proveedores en línea hasta auditorías SMETA en caso fueran necesarias. El SAQ recopila información sobre el perfil de la fuerza laboral

y los sistemas de gestión, brindando una oportunidad para que los mismos proveedores realicen un análisis de brechas y propongan mejoras en sus condiciones de trabajo. Por otro lado, SMETA es un procedimiento de evaluación que recopila buenas prácticas en la técnica de auditoría de las cuatro áreas claves mencionadas.

(GRI 308, 103-2) (GRI 414, 103-2)

En el 2021 se evaluaron a 33 proveedores, de los cuales:

o 10 proveedores fueron los pendientes de auditoría bajo la metodología SMETA (proveedores pasivos resultado de años anteriores).

o 23 proveedores bajo sistema de autoevaluación

Perú		
	Meta	Evaluados
Auditoría	10	7
Autoevaluación	23	14

(GRI 308-1) (GRI 414-1)

Aquellos proveedores, que no alcanzaron un nivel de riesgo aceptable para Sodimac y MAESTRO, deben continuar mejorando hasta alcanzar el nivel aceptable. Apoyamos a los proveedores de mayor riesgo en sostenibilidad y en la medida que estos mejoren apoyamos a los de menor riesgo.

Los niveles de riesgo de los proveedores evaluados durante el 2021 fueron los siguientes:

Nivel de riesgo	Número de proveedores 2021
	53 <small>* De los cuales se tomaron a 31 proveedores, quedando solo 23 para ser evaluados, ya que 8 proveedores dejaron de trabajar con la empresa.</small>
Medio	250
Bajo	0
Total	303

Impactos ambientales y sociales identificados en nuestros proveedores durante las evaluaciones:

(GRI 308-2) (GRI 412-2)

Año	Evaluados
2021	33
2020	0

Así mismo, desde septiembre de este año implementamos los procesos de autoevaluación de Gestión de Calidad, los cuales nos permiten conocer las prácticas de nuestros proveedores locales en cuanto a sus procesos de fabricación, orientado a los productos de marca propia que disponemos en nuestras tiendas. Nuestro objetivo es permitir que todos tengan un crecimiento responsable, sustentándose en las mejores prácticas internacionales de Gestión de Calidad para con sus procesos productivos. De una meta de 62 proveedores nacionales que nos abastecen productos de marca propia, hemos podido impulsar la autoevaluación a 25 de ellos logrando así un 40 % de cumplimiento.

(GRI 308, 103-2) (GRI 414, 103-2)

Nuestros procesos de evaluación de proveedores se realizan de forma anual a través de indicadores locales y corporativos respectivamente.

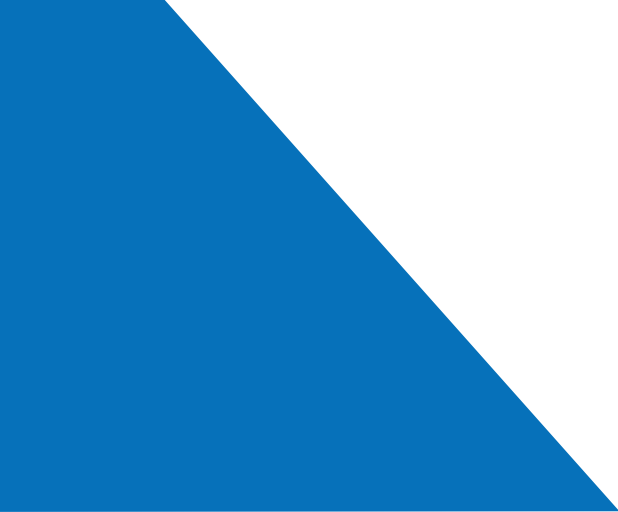
(GRI 204, 103-3) (GRI 308, 103-3) (GRI 414, 103-3)



8.



Compromiso con
la comunidad



(GRI 413, 103-1, 103-2, 103-3)

Construimos relaciones mutuamente beneficiosas y directas con nuestras comunidades, basadas en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos. Nuestro objetivo es lograr un impacto positivo de nuestras acciones, apoyando a las comunidades cercanas a nuestras tiendas en la mejora de su calidad de vida y contribuyendo a su desarrollo sostenible.

Involucramos a nuestros/as asesores/as en campañas sociales. Esto los motiva a ser buenos/as ciudadanos/as y entender la relevancia del bienestar de las personas que son parte de nuestro entorno.

Planteamos una metodología simple para determinar las necesidades de la población beneficiada:

- Identificar y entender las necesidades, los recursos y compromisos del negocio con la comunidad.
- Analizar y planear los riesgos y oportunidades para el diseño de estrategias, programas y acciones de relación comunitaria.
- Actuar, escuchar y construir junto con la comunidad

para establecer compromisos y ejecutar programas y acciones de interés común.

- Evaluar y medir los niveles de impacto y progreso de las iniciativas y acciones de la gestión comunitaria.
- Identificar áreas de oportunidad, mejorar prácticas e intercambiar aprendizajes

Nuestras actividades son auditadas anualmente por nuestra área de Contraloría.

Durante el 2021 no se ha presentado reclamos sobre impactos sociales. (GRI 413-2)

8.1 Fe y Alegría

Contamos con una alianza con la Asociación Fe y Alegría del Perú, con la cual buscamos aportar al desarrollo sostenible de la comunidad y su infraestructura mediante donaciones de materiales de construcción y el apoyo de nuestros/as asesores/as en los colegios Fe y Alegría, teniendo como eje principal el construir bien y empleando nuestra herramienta más poderosa: la capacitación. Como parte de nuestro compromiso donamos S/ 125,000.00

destinados a la compra de herramientas digitales para contribuir a la educación remota en el oriente del país.

Este año, debido a la emergencia sanitaria, la estrategia de voluntariado se enfocó en la venta de rifas para la Asociación Fe y Alegría, generando más de 3,768 horas de voluntariado.

Vendimos las rifas en cada una de nuestras tiendas, invitando a todos/as nuestros/as clientes/as a colaborar con el logro de una educación de calidad por medio de la compra de un boleto. En la campaña de venta de rifas se logró vender 22,608 boletos entre los meses de julio y octubre, logrando recaudar un total de S/ 113,040.00.

8.2 Techo

Este año realizamos la campaña Dona tu Vuelto en la que participaron nuestras 56 tiendas Sodimac y MAESTRO. Además, participamos en la iniciativa Ollas Comunes para apoyar a las familias más vulnerables durante la pandemia con un total de 1,837 ollas comunes.

8.3 Cuidémonos como en casa - donaciones por COVID -19

Nuestras tiendas realizaron cinco donaciones de materiales de construcción a las siguientes instituciones: Compañía de Bomberos Voluntarios del Perú, Comité Vecinal de San Juan de Miraflores (SJM), Municipalidad de Ate, Municipalidad de San Miguel y Municipalidad de SJM. (GRI 413-1)



10.

CUIDEMOS *la Casa de Todos*

Nuestro ambiente

Somos conscientes de los grandes retos que el mundo demanda actualmente en temas ambientales; por eso, nos sumamos a las iniciativas internacionales de gestión y reducción de nuestros impactos ambientales.

Nuestra Política de Sostenibilidad incluye nuestro compromiso con el ambiente:

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

Contamos con la Política Ambiental y de Cambio Climático, la cual fue comunicada a partir de noviembre del 2020. Esta política tiene como objetivo establecer los principios generales que guían nuestro comportamiento con el fin de:

i) Exigir y promover el cumplimiento de la normativa ambiental.

ii) Detectar y medir los impactos ambientales de nuestra actividad para mitigar o reducir los impactos adversos y potenciar los positivos.

iii) Promover un uso eficiente de los recursos naturales, energéticos e hídricos empleados.

iv) Promover criterios de economía circular en la generación, la reducción, reutilización y reciclaje de los residuos.

Nuestra gestión ambiental es evaluada anualmente a través del Index de sostenibilidad corporativo y de la medición de la huella de carbono.

(GRI 102-11)

(GRI 302, 103-1, 103-2, 103-3) (GRI 305, 103-1, 103-2, 103-3)

(GRI 306, 103-1, 103-2, 103-3)



9.1 Emisiones: huella de carbono

(GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5)

En el 2021, como parte de nuestra estrategia ambiental, decidimos ampliar nuestro alcance de medición de huella de carbono. Por ello, seleccionamos el 2020 como línea de base para asegurar la igualdad en el alcance y la trazabilidad e incorporamos nuevos parámetros en la medición de dicho año para hacer comparaciones con respecto a la del 2021.

En este sentido los nuevos parámetros tomados en cuenta se ubicaron en el alcance 3:

- 1. **Transporte de carga contratado:** importaciones, abastecimiento del centro de distribución a tiendas y despacho a clientes.
- 2. **Traslado de clientes a tiendas:** traslado vehicular, transporte público, a pie, bicicleta y comercio electrónico.
- 3. Residuos y reciclaje.
- 4. Manufactura de combustibles.
- 5. Viajes de negocios.
- 6. Insumos y servicios.

Para la medición, se utilizó la metodología establecida por la ISO 14064 (2018) Gases de efecto invernadero. Parte 1: especificación con orientación, a nivel de las organizaciones, para la cuantificación y el informe de las emisiones y remociones de gases de efecto invernadero.

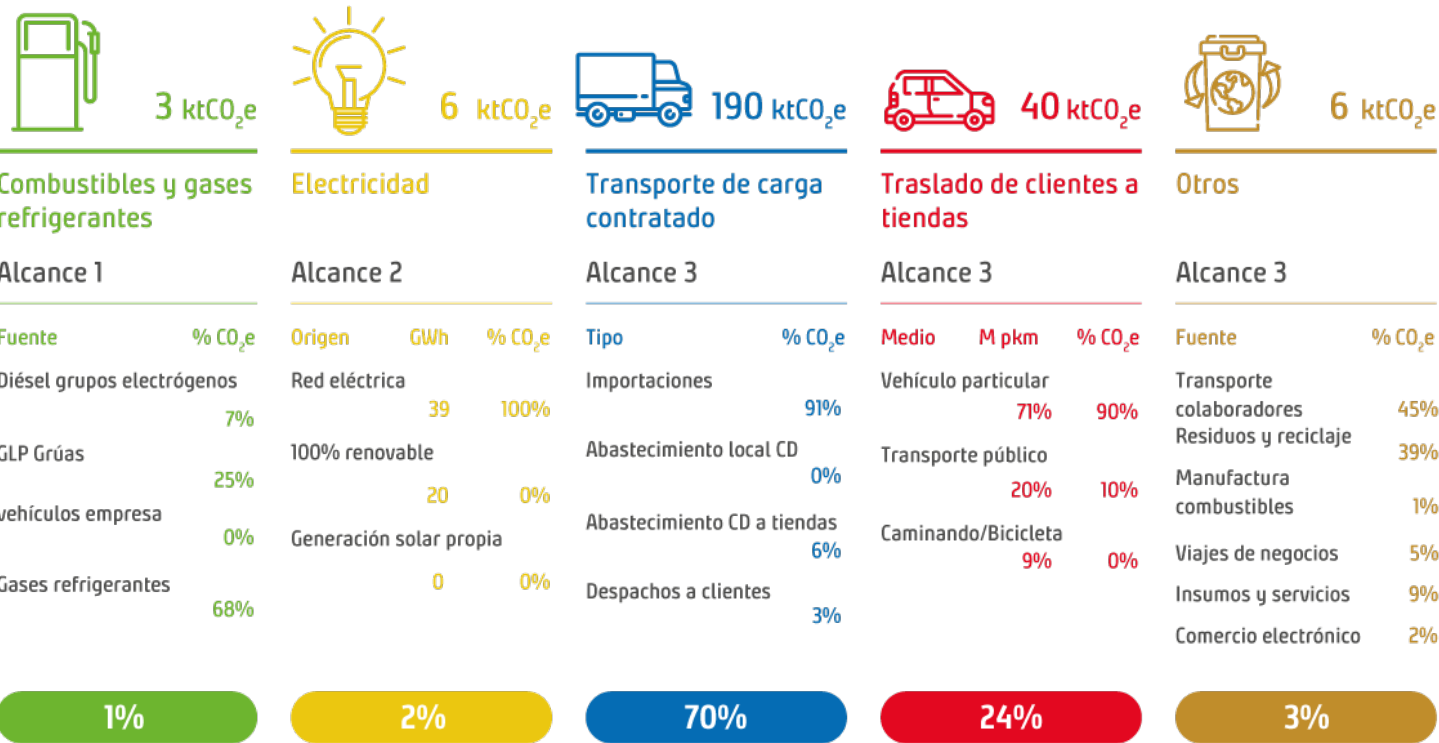
Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Huella de carbono 2021:

Huella de Carbono

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

273 ktCO₂e 



Nota: Podrían aparecer diferencias en la suma de los porcentajes parciales debido a la presentación de valores sin sus decimales.
Emisiones de alcance 2 reportadas con el Método de Mercado.
Se recomienda revisar este diagrama en conjunto con el informe.

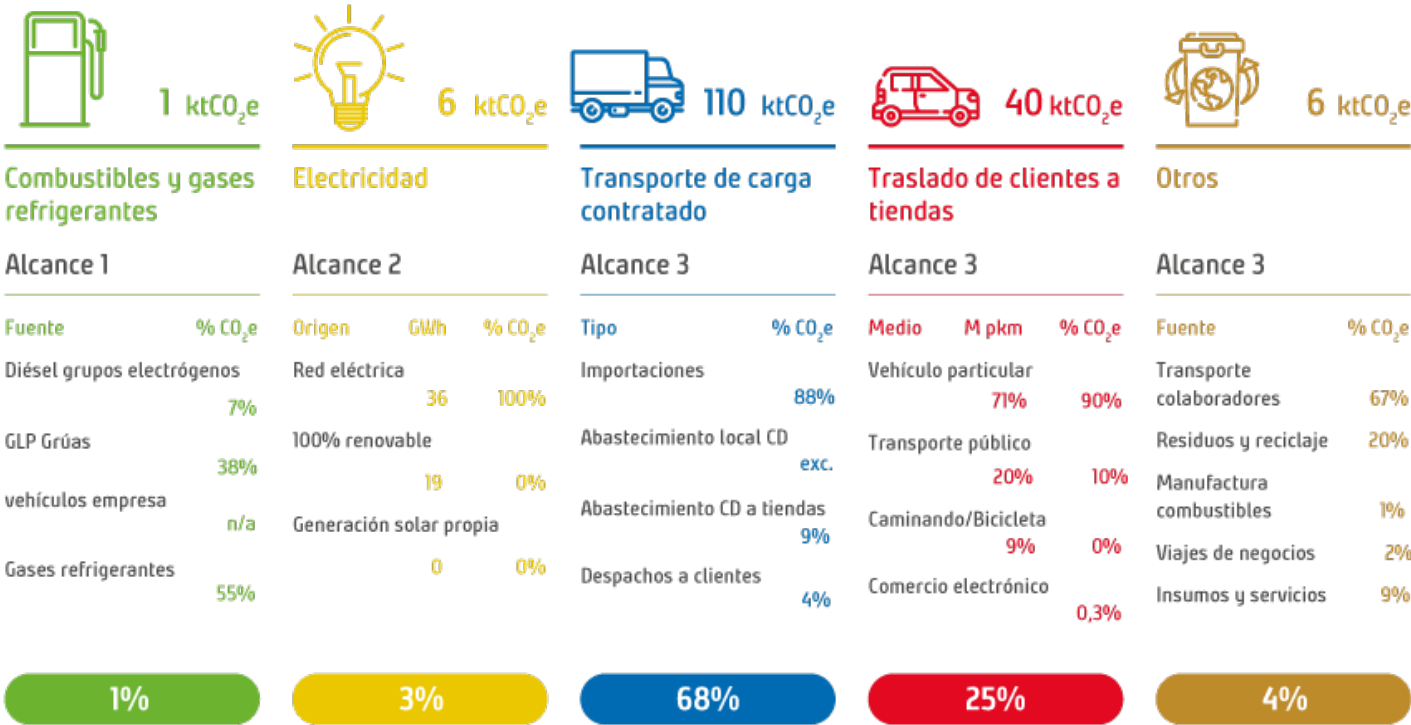
Fuente: proyectae

Huella de carbono 2020: línea de base

Huella de Carbono

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

162 ktCO₂e  SODIMAC.



Nota: Podrían aparecer diferencias en la suma de los porcentajes parciales debido a la presentación de valores sin sus decimales.
Emisiones de alcance 2 reportadas con el Método de Mercado.
Se recomienda revisar este diagrama en conjunto con el informe.

Fuente: proyectae

Nuestra huella de carbono 2021 incrementó en 68 % respecto al 2020 debido a que el 2021 fue un año de operación al 100 %, mientras que el 2020 tuvo periodos de menor operación debido al estado de emergencia sanitaria en el que se estipularon periodos de cuarentena y reducción de horarios de atención.

Contamos con una estrategia clara y proyectos que apuntan a la reducción de nuestras emisiones:

- (i) Estandarización de HVAC en sedes y subestaciones eléctricas.
- (ii) Automatización de HVAC e iluminación.
- (iii) Uso de GNV en el transporte.
- (iv) Electromovilidad.

Iniciativas de mitigación de emisiones de GEI

- Implementamos el Plan +Bici, programa que buscó promover la movilidad sostenible en Sodimac y MAESTRO. Brindamos facilidades a los/as asesores/as para adquirir bicicletas para reducir emisiones y tener un viaje individual en el contexto de contagio por la pandemia. 487 asesores/as accedieron al beneficio y esto contribuyó a la reducción de emisiones en nuestro alcance 3. En el marco de este plan:
 - Desarrollamos cicleros de pallets (reciclados) en nuestras tiendas.
 - Creamos nuestra Comunidad +BICI en Workplace, a la cual se han unido los/as asesores/as que accedieron al plan y aquellos/as que ya tenían el hábito de usar bicicleta. En la actualidad tenemos 506 afiliados/as.
- Implementamos el proyecto Paperless, en el cual eliminamos el consumo de papel para los procesos de la empresa. De esta forma, no solo redujimos el consumo de este, sino que también redujimos las emisiones de alcance 3.
- Más del 30 % de nuestras tiendas se abastece con energía 100 % renovable, haciéndolas eficientes en cuanto a su consumo y emisiones. El consumo total de 14 de nuestras tiendas cuenta con certificación abalada por la SGS, quien respalda el consumo eléctrico 100 % renovable.

9.2 Consumo de energía

En Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. consumimos energía:

- **Primaria:** combustible (diésel y GLP) utilizado para el funcionamiento de vehículos, montacargas, bomba contra incendio y grupos electrógenos de emergencia.
- **Indirecta:** energía eléctrica, cuyo origen proviene en su totalidad de la Red del Sistema de Energía Interconectado Nacional (SEIN). Para el año 2021 la energía eléctrica producida por el SEIN fue 59.53 % de producción hidráulica, 35.07 % térmica (considera gas natural, carbón, residual y diésel), 0.03 % eólica, 3.66 % solar, 1.58 % bagazo y 0.13 % biogás .

(GRI 302-1)

¹⁵ IHVAC: H (heating, calefacción), V (Ventilating, ventilación) AC (air conditioned, aire acondicionado).

¹⁶GNV: Gas natural vehicular.

¹⁷Fuente: www.coes.org.pe. Informe de la operación anual del SEIN 2021. <https://www.coes.org.pe/Portal/PostOperacion/Informes/EvaluacionAnual>.

Consumo de combustibles

(GRI 302-1)

Tipo de combustible	2021	
	Consumo en galones	Consumo en Megajoules
Gas licuado de petróleo (GLP)	104,672	16,542,362.9
Diésel (alcance 1) (gal)	1,823	258,866
Diésel (alcance 3) (gal)	1,310,303.418	186,063,085.4

Consumimos dos tipos de combustibles:

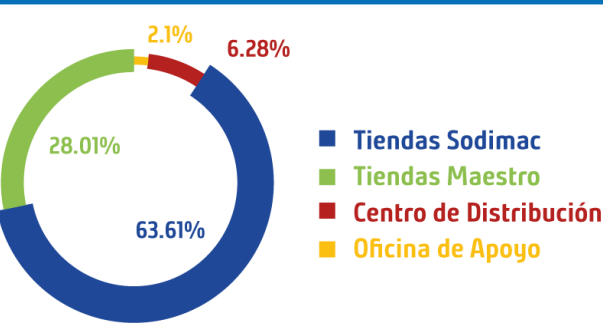
- Gas licuado de petróleo (GLP) (alcance 1): utilizado para el funcionamiento de nuestros montacargas de nuestras tiendas y del almacén.
- Diésel (alcance 1): utilizado para el funcionamiento de nuestros grupos electrógenos y la bomba contra incendio.
- Diésel (alcance 3): consumido por los vehículos que transportan la mercadería a nuestras tiendas y nuestros/as clientes/as tanto en Lima como en todas las provincias donde tenemos presencia.

Consumo de energía eléctrica

(GRI 302-1)

Ubicación	2021		2020	
	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules
Oficina de Apoyo	1,196,831	4,308,591.6	877,328	3,158,381
Centro de Distribución	3,578,322	12,881,959.2	3,524,362	12,687,703
Tiendas Sodimac	36,252,545	130,509,162	35,991,534	129,569,521
Tiendas MAESTRO	15,960,164	57,456,590.4	15,478,541	55,722,748
TOTAL	56,987,862	205,156,303.2	55,871,765	201,138,353

Consumo de energía eléctrica por sedes



Intensidad de consumo de energía eléctrica

(GRI 302-3)

Parámetro	2021	2020
kWh/m² – año	105.80	104.39
MegaJoule/m²- año	308.90	375.80
m²	538, 526	535,217
kWh	56,987,862	55,871,765

Es preciso mencionar que en el 2021 operamos al 100 % mientras que en el 2020 tuvimos ciertas restricciones producto de la emergencia sanitaria. Esto evidencia que fuimos eficientes, ya que nuestro consumo eléctrico aumentó mínimamente.

Con esta iniciativa buscamos concientizar a nuestros/as clientes/as, asesores/as y otras empresas sobre la importancia de reducir el consumo de energía no solo durante una hora al año, sino constantemente como un hábito en nuestro estilo de vida.

(GRI 302-4)

La Hora del Planeta

Por séptimo año consecutivo para Sodimac y por quinta vez para MAESTRO, nos unimos al evento mundial impulsado por el World Wide Fund for Nature (WWF): la Hora del Planeta, que consiste en incentivar al público en general y a las empresas al apagado voluntario de las luminarias y aparatos electrónicos por el lapso de una hora al año.

Participamos bajando en un 50 % la intensidad de las luces interiores y apagando completamente la iluminación frontal de nuestras 57 tiendas a nivel nacional. Esto significó un ahorro aproximado de más de 6,800 kW, que equivale a la energía necesaria para iluminar más de 2,100 hogares con diez focos ahorradores durante una hora.

Con esta iniciativa buscamos concientizar a nuestros/as clientes/as, asesores/as y otras empresas sobre la importancia de reducir el consumo de energía no solo durante una hora al año, sino constantemente como un hábito en nuestro estilo de vida.



9.3 Consumo de agua

Protegemos el agua para el futuro de la ciudad en cada uno de nuestros procesos y proyectos, impulsando el uso consciente y respetuoso del recurso hídrico. Estamos comprometidos en gestionar este valioso recurso; muestra de ello es nuestra Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) en nuestro Centro de Distribución (CD). Esta infraestructura es nuestra apuesta por el agua y en el 2021 hemos logrado tratar más de 8,000 metros cúbicos de agua, los cuales hemos reutilizado para el riego de nuestras áreas verdes.



9.4 Gestión de residuos sólidos

Gracias al compromiso de nuestros/as asesores/as hemos contribuido con el planeta a través del reciclaje de nuestros residuos en nuestra Oficina de Apoyo y nuestras tiendas Sodimac y MAESTRO, logrando reciclar el 18 % del total de nuestros residuos generados.

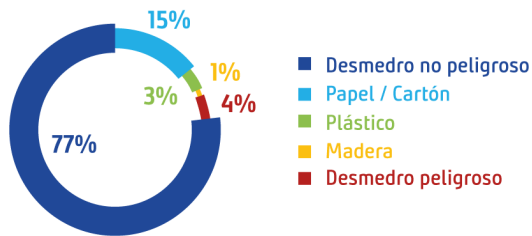
Residuos sólidos dispuestos

Residuo sólido (t)	2019	2019	Destino
Papel / Cartón	0.7	9.4	Reutilización o reciclaje
Plástico	0.2	1.5	
Vidrio	---	0.1	
Tetrapack	---	0	
Madera	---	0	
Residuos diversos	782	1,366.8	Eliminación por recuperación energética
Desmedro peligroso	365	261.3	
Desmedro no peligroso	2,461	2,855.5	Vertedero
Residuos diversos	---	---	
TOTAL	3,608.9	4,494.6	

Nota: Debido al cierre temporal de nuestras tiendas por el estado de emergencia, en el 2020 se recicló una menor cantidad de residuos.



Residuos sólidos generados



Somos parte del sistema RECOLECC, red de reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). Por lo tanto, hemos reciclado más de 80 toneladas de RAEE durante el 2021, contando con dos contenedores en nuestras sedes de Sodimac Javier Prado y Sodimac San Miguel, asegurando así una correcta disposición final y la oportunidad de reciclar los artefactos.

(GRI 306-2)

Anexo 1: contenido del reporte

Sodimac Corporativo cuenta con un proceso formal de identificación de los temas más importantes para la empresa y sus grupos de interés (pilar Sodimac) en todos los ámbitos de la sostenibilidad. Este proceso de materialidad permite analizar los impactos positivos, negativos, reales y potenciales del negocio a lo largo de la cadena de valor e identificar los riesgos y oportunidades de gestión.

En el 2020 Sodimac Corporativo desarrolló la actualización de su proceso de materialidad y su política de sostenibilidad; este trabajo fue acompañado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso de Chile. Se identificaron impactos de los negocios positivos y negativos, que afectan a las diferentes partes interesadas para cada uno de los temas materiales basados en la metodología 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 incorporaron las

áreas de sostenibilidad de los diferentes países donde opera Sodimac, ejecutivos principales de Sodimac y de la matriz Falabella. Este proceso incluyó un benchmark de los principales retailers mundiales, los resultados de las mediciones ESG con los principales grupos de interés y un análisis de información secundaria del negocio.

Esta labor ha sido homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México; lo que nos permitió contar con una lista de materias estratégicas corporativas, asegurando que en todos estos países se trabaje en los mismos temas, y sobre la base de los resultados obtenidos exista claridad sobre los tópicos que se van a gestionar en cada operación.

(GRI 102-43) (GRI 102-46) (GRI 102-47)

Temas materiales por grupo de interes

Temas materiales Clientes:

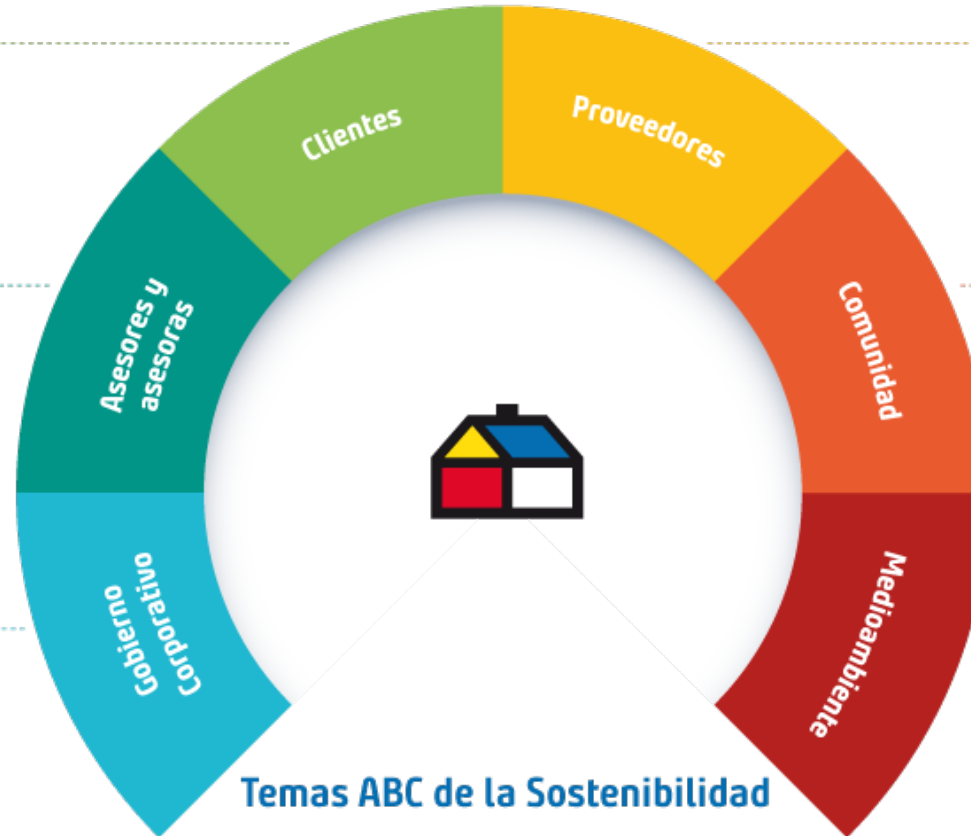
- Experiencia del cliente
- Salud y seguridad del producto
- Economía circular y consumo responsable
- Ética publicitaria

Temas materiales Asesores y asesoras:

- Cultura
- Empleo y clima
- 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



Temas materiales Proveedores:

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

Temas materiales Comunidad:

- Inversión social
- Gestión del entorno

Temas materiales Medioambiente:

- Cambio climático
- Ecoeficiencia operacional
- Protección a la biodiversidad
- Residuos y circularidad
- Logística sostenible

Anexo 2: información demográfica de asesores/as

Asesores y asesoras por tipo de contrato y sexo

Tipo de contrato	2021		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Indefinido	5,485	3,920	5,505	3,985
Plazo Fijo	4	4	185	131
Total general	5,489	3,924	5,690	4,116

Asesores/as por tipo de jornada y por sexo

Contrato laboral	2021			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Jornada completa	4,756	2,807	7,563	4,796	2,731	7,527
Jornada parcial	733	1,117	1,850	894	1,385	2,279
Total general	5,489	3,924	9,413	5,690	4,116	9,806

Asesores/as por categoría laboral y por sexo

Cargo	2021			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Administrativos	361	266	627	387	362	749
Alta gerencia	8	3	11	8	3	11
Gerencias medias	58	21	79	63	19	82
Mandos intermedios	535	418	953	520	311	831
Operaciones	2,268	1,354	3,622	2,430	1,845	4,275
Vendedores	2,259	1,862	4,121	2,282	1,576	3,858
Total general	5,489	3,924	9,413	5,690	4,116	9,806

(GRI 405-1)

Asesores/as por región y por sexo

Zona	2021			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Lima y Callao	3,413	2,708	6,121	3,559	2,806	6,365
Centro	193	111	304	192	123	315
Norte	1,218	654	1,872	1,231	691	1,922
Sur	665	451	1,116	708	496	1,204
Total general	5,489	3,924	9,413	5,690	4,116	9,806

(GRI 102-8)

Rotación Voluntaria

	2021
Mujeres	16.5%
Hombres	18.2%

Número total y tasa de rotación por grupo etario, sexo y región 2021

Región	Sexo	Ceses			Rotación 2021		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y Callao	M	501	238	24	36.98 %	14.27 %	6.32 %
Lima y Callao	F	350	205	17	33.39 %	13.95 %	9.55 %
Zona centro	M	19	12	1	28.81 %	10.76 %	8.33 %
Zona centro	F	16	13		31.38 %	21.83 %	0.0 %
Zona norte	M	171	64	1	32.40 %	10.28 %	2.00 %
Zona norte	F	87	45		30.52 %	12.22 %	0.0 %
Zona sur	M	102	62	4	36.62 %	17.61 %	9.32 %
Zona sur	F	65	26	6	36.70 %	9.84 %	21.24 %
Total		1,311	665	53	34.62 %	13.53 %	7.53 %

Número total y tasa de nuevas contrataciones por grupo etario, sexo y región 2021

Región	Sexo	Ceses			Rotación 2021		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y Callao	M	396	130	6	29.31 %	10.19 %	4.45 %
Lima y Callao	F	309	151	8	28.71 %	7.72 %	1.57 %
Zona centro	M	17	7		23.45 %	9.84 %	0.0 %
Zona centro	F	12	6		25.19 %	6.24 %	0.0 %
Zona norte	M	158	32	2	24.96 %	9.43 %	6.67 %
Zona norte	F	71	35	1	29.42 %	5.06 %	3.92 %
Zona sur	M	82	23		27.99 %	5.26 %	4.00 %
Zona sur	F	51	14	1	28.42 %	6.42 %	0.00 %
Total		1,096	398	18	28.55 %	8.02 %	2.54 %

(GRI 401-1)

Índice de contenidos GRI

(GRI 102-55)

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 101: Fundamentos 2016		
Contenidos generales		
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1 Nombre de la organización	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	9
	102-3 Ubicación de la sede	9
	102-4 Ubicación de las operaciones	9
	102-5 Propiedad y forma jurídica	9
	102-6 Mercados servidos	58
	102-7 Tamaño de la organización	9
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	37, 38, 76, 77
	102-9 Descripción de la cadena de suministro	64
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	37
	102-11 Principio o enfoque de precaución	69
	102-12 Iniciativas externas	22
	102-13 Afiliación a asociaciones	22
2. ESTRATEGIA		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3 a 5
3. ÉTICA E INTEGRIDAD		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	11 a 12, 31
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	31, 32

Estándar GRI	Contenido	Página
4. GOBERNANZA		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-18 Estructura de gobernanza	14 a 18
	102-19 Delegación de autoridad	16
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	15 a 16,24
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-22 Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	16
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	14
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	14
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	16
	102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	16
	102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	18 a 20
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	18 a 20
	102-35 Políticas de remuneración	44
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-40 Lista de los grupos de interés	25
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	52
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	25
	102-43 Enfoque de la participación de los grupos de interés	26, 27, 74
	102-44 Temas y preocupaciones claves mencionados	26, 27

Estándar GRI	Contenido	Página
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	9
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	74, 75
	102-47 Lista de temas materiales	75
	102-48 Reexpresión de la información	No se presentó reexpresión de la información
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No se presentaron cambios
	102-50 Periodo objeto del informe	9
	102-51 Fecha del último reporte	9
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	9
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Contra Carátula
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	9
	102-55 Índice de contenidos GRI	78 a 83
	102-56 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa.

Estándar GRI	Contenido	Página
Temas materiales		
ESTÁNDAR TEMÁTICO: ECONÓMICO		
Desempeño económico		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	21
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	21
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	21
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	21
Presencia en el mercado		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	41
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	41, 42
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	41
	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	42
Prácticas de abastecimiento		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	64
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	64, 65
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	64
Anticorrupción		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	34
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	34
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	34
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	34, 35
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	34
Competencia desleal		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	35
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	35
ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL		
Energía		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	69
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	69
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	72
	302-3 Intensidad energética	72
	302-4 Reducción del consumo energético	72
Emisiones		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	69
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	69
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	70, 71
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	70, 71
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	70, 71
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	70, 71
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	70, 71
Efluentes y residuos		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	69
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	69
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y métodos de eliminación	74
Cumplimiento regulatorio		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	35, 36
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 307: Cumplimiento regulatorio 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	35
Evaluación ambiental de los proveedores		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	64
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	65
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	65
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	65

Estándar GRI	Contenido	Página
ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL		
Empleo		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	38
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	38, 39
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	77
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	41, 42
Salud y seguridad en el trabajo		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	49
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	49 a 51
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	49
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	49
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	50
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	49, 50
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	50
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	51
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	49, 50
	403-9 Lesiones por accidente laboral	49

Estándar GRI	Contenido	Página
Formación y enseñanza		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	45, 46
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	45, 46
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	45, 48
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	48
Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	53
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53 a 56
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	56
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	17, 76
No discriminación		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	53
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53 a 57
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	56
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	34
Libertad de asociación y negociación colectiva		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	52
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	52
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	52
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	52

Estándar GRI	Contenido	Página
Evaluación de derechos humanos		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	31
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	31
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	31
Comunidades locales		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	67
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	67
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	67
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	67
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	67
Evaluación social de los proveedores		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	64
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	65
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	65
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	65
Política pública		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	35
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 415: Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	35

Estándar GRI	Contenido	Página
Salud y seguridad de los clientes		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	60
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	60
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	61
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	61
Marketing y etiquetado		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	61
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	61
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Plan anual de auditorías
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	61
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	62
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	62
Privacidad del cliente		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	62
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	62
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Plan anual de auditorías
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	62
Cumplimiento socioeconómico		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	34, 35
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	62



Índice del Pacto Mundial

Principio del Pacto Mundial	Página
DERECHOS HUMANOS	
Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.	24,31
Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.	24,31
TRABAJO	
Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.	52
Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	24
Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.	24
Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	53 a 56
MEDIOAMBIENTE	
Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.	71 a 77
Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	71 a 77
Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medioambiente.	71 a 77
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	
Principio 10: las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.	31 a 35



(GRI 102-53)

RAZÓN SOCIAL:

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.
R.U.C. 2057055538

COMENTARIOS O SUGERENCIAS, CONTACTAR A:

Adriana Del Aguila
Coordinadora de Sostenibilidad
E: adelaguila@sodimac.com.pe

COORDINACIÓN Y EDICIÓN DEL CONTENIDO

MEspinosa S.A.C.
María Luisa Espinosa Talavera

DIAGRAMACIÓN

Splash Creativo S.A.
Camela Soto Ramos

FOTOGRAFÍAS

Archivos Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

Dirección: Av. Angamos Este 1805, interior 2
Surquillo, Lima - Perú

www.sodimac.com.pe
Teléfono: (511) 2119500

***Simplificar y
disfrutar** más la vida*

