

2022



PUNTO LIMPIO



Reporte de Sostenibilidad





Sobre este informe

(2-2; 2-3)

En su 16° Reporte de Sostenibilidad, Sodimac Chile da cuenta de la gestión económica, social y ambiental en el período desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2022 (reportes anteriores en <https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/reportes-de-sostenibilidad>). Se excluye la gestión de la filial Imperial S.A. en Chile y las unidades de negocio en otros países, que publican sus propios reportes de sostenibilidad, disponibles en las páginas web correspondientes.

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

El documento se elaboró conforme a los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI)- Versión 2021.

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad

E-mail: purbina@sodimac.cl



(2-1; 2-5)

Sodimac S.A.

Rut: 96.792.430-k

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

www.sodimac.com

Coordinación y edición de contenidos:

Pablo Urbina M.

Marcela Erazo P.

Redacción:

Transparencia Consultores

Verificación Externa:

EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada realizó el proceso de verificación externa de este reporte, con el objetivo de asegurar la precisión y confiabilidad de la información. Su carta de verificación se puede revisar en la página 126 del documento.

Diseño:

Espacio Vital

Fotografías:

Archivo Sodimac



Índice

05 Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

08 Sodimac y su Entorno

- 9 Contexto del retail
- 11 Marco estratégico
- 12 Sodimac en América Latina
- 14 Cadena de valor

15 Crecimiento Responsable en Chile

- 16 Estrategia de Sodimac
- 18 Compromiso con la sostenibilidad
- 37 Gestión de la sostenibilidad

41 Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

- 43 Liderazgo en Sodimac
- 49 Ética y derechos humanos
- 52 Gestión de riesgos y cumplimiento

54 Nuestros Trabajadores

- 56 Gestión de talento y desarrollo integral
- 59 Cultura, clima laboral y calidad de vida
- 66 Prevención y seguridad
- 68 Relación con sindicatos
- 69 Subcontratación en Sodimac

70 Nuestros Proveedores

- 72 Gestión sostenible de la cadena de suministro
- 75 Calidad y seguridad de productos
- 77 Apoyando el ecosistema emprendedor

78 Nuestros Clientes

- 80 Experiencia de compra
- 86 Comercio y marketing responsable
- 88 Educación y consumo responsable

90 Compromiso con el Medioambiente

- 92 Acción climática
- 95 Ecoeficiencia operacional
- 97 Cumplimiento y gestión de residuos
- 103 Promoviendo la sustentabilidad

106 Compromiso con la Comunidad

- 108 Sodimac y las comunidades locales
- 111 Nuestras alianzas sociales

113 Anexos

- 114 Desarrollo Económico
- 116 Dotación Sodimac Chile
- 119 Inventario de Emisiones de GEI
- 122 Índice GRI
- 126 Carta de Verificación Externa
- 127 Cuestionario de Retroalimentación
- 128 Glosario



Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

(2-22)



Eduardo Mizón
Gerente General
Sodimac Chile

Tenemos el agrado de compartir con ustedes el 16° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta de los esfuerzos en materia económica, social, ambiental y gobernanza en 2022, año en que celebramos el 70 aniversario de Sodimac. El origen de nuestra empresa se remonta al auge del cooperativismo y surgió en respuesta al desabastecimiento tras la Segunda Guerra Mundial. Nació inspirada en los principios de la economía colaborativa, el respeto al trabajo y la diversidad, con una cultura y valores distintivos que se mantienen hasta hoy.

Hace más de 15 años, Sodimac fue el primer retailer latinoamericano en adoptar formalmente la sostenibilidad como uno de sus pilares de desarrollo. Buscamos no solo crecer y ser rentables, sino que generar valor en lo social y medioambiental basados en buenas prácticas de gobierno corporativo y promoción de la ética e integridad. Esto se ha transformado en parte de nuestra cultura, no está circunscrito a una gerencia de sostenibilidad, sino que cada área ha hecho propio este desafío y lo aplica a su quehacer.

En este aniversario, reiteramos el firme compromiso con la sostenibilidad como parte integral de nuestra estrategia

de desarrollo. Reafirmamos, además, la adhesión a los principios rectores de Derechos Humanos y del Pacto Global de las Naciones Unidas, las directrices OCDE para empresas multinacionales, los protocolos del Global Reporting Initiative (GRI) y los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los ODS, preceptos que guían nuestro actuar para atender e intentar responder oportunamente a todos los públicos de interés.

En este camino para construir diariamente una mejor empresa, que impacte positivamente la vida de los nuestros clientes, trabajadores, proveedores y comunidades en las que nos insertamos, hemos tenido grandes avances y aciertos, pero también cometimos errores y mantenemos brechas que seguiremos esforzándonos por reducir con la misma diligencia que aplicamos a indicadores asociados al resultado económico. Solo de esa manera lograremos seguir construyendo un Sodimac que perdure.

Nuestra empresa es fruto del trabajo de decenas de miles de personas a lo largo de los años que fueron conformando las bases de lo que hoy somos, a quienes agradezco profundamente. Como también mi especial

“En este 70 aniversario, reiteramos el firme compromiso con la sostenibilidad como parte integral de nuestra estrategia de desarrollo. Buscamos no sólo crecer y ser rentables, sino generar valor en lo social y medioambiental basados en buenas prácticas de gobierno corporativo y promoción de la ética e integridad. Esto se ha transformado en parte de nuestra cultura, no está circunscrito a una gerencia de sostenibilidad, sino que cada área ha hecho propio este desafío y lo aplica a su quehacer”.

reconocimiento a nuestros proveedores, diversas fundaciones y organizaciones aliadas con quienes sumamos esfuerzos de manera colaborativa para enfrentar los desafíos que tenemos como organización y país.

Chile tiene un déficit de más de 640 mil viviendas y definimos ser parte de la solución a través de alianzas y el desarrollo de alternativas de construcción innovadoras como la industrialización. En conjunto con varios proveedores diseñamos y construimos viviendas industrializadas, con la idea de ayudar a que las familias puedan acceder a una vivienda propia de calidad a un menor costo.

Tendremos también el desafío de aportar a la reconstrucción de las zonas devastadas por incendios en diversas regiones del país. En una primera fase, congelamos los precios en esas regiones para contribuir a evitar alzas especulativas y trabajamos en coordinación con Movidos por Chile, de la Comunidad de Organizaciones Solidarias, para apoyar a los equipos de emergencia y entregar ayuda organizada. La primera prioridad en ese sentido fue dar una ayuda concreta a nuestros propios trabajadores que perdieron su hogar o sufrieron daños.

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

Uno de los ejes fundamentales de la estrategia de sostenibilidad son precisamente nuestros trabajadores. En 2022, tras el estrés de la pandemia, priorizamos su salud mental a través de un programa integral que provee acompañamiento y atención psicológica, actividades de psicoeducación y formación en estrategias y herramientas de autocuidado. La transformación digital nos desafía a incorporar nuevas habilidades, por lo que otro de los focos fue la formación. En el año realizamos 504.448 horas de capacitación para el desarrollo de 14.067 trabajadores.

El respeto a las diferencias, la inclusión y la prevención de cualquier tipo de discriminación forman parte fundamental de la cultura corporativa de Sodimac. Este compromiso lo formalizamos en 2015 en una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación que gestiona la diversidad al interior de la empresa. Durante el año, impulsamos diferentes acciones para avanzar en la inclusión laboral de personas con discapacidad, de jóvenes de segmentos vulnerables, equidad de género, interculturalidad, diversidad sexual e interacción entre generaciones. Participamos activamente en el compromiso #CEOporLaInclusión, para acelerar la participación laboral de personas con discapacidad, y trabajamos en alianza con otras entidades para fomentar la inclusión laboral, como Pride Connection, Soymás, Proyecto B y Juntos por la Reinserción. Este esfuerzo nos permitió ubicarnos en el 5° lugar entre los “Mejores Lugares para

Trabajar Mujeres” y 8° lugar entre las “Mejores empresas para Trabajar” del país, según el ranking Great Place to Work. También recibimos el premio “Mujer Construye”, otorgado por la Cámara Chilena de la Construcción, que destacó la labor en materia de equidad de género. Asimismo, logramos nuevamente el sello “Mejores Lugares para Trabajar para el Talento LGBTI+”, que otorgan Human Rights Campaign, Fundación Iguales y Pride Connection.

Tras las severas restricciones de los años precedentes por la pandemia, la cadena de abastecimiento se recuperó a nivel global en 2022 y se normalizó la disponibilidad de productos. Llegó un gran volumen de artículos importados, pero con meses de retraso, en un momento en que las familias, maestros y empresas constructoras disminuyeron sus compras debido a la creciente desaceleración económica e inflación. Esto implicó esfuerzos permanentes de los equipos comerciales y logísticos, en coordinación con nuestros proveedores, para ajustar el surtido de artículos a esta nueva realidad y mantener los precios más bajos posibles.

En un mundo en proceso de digitalización acelerada, seguimos invirtiendo para mejorar la experiencia omnicanal de los clientes. Como parte del plan de inversiones anual que ascendió a \$64 mil millones, abrimos una segunda tienda en Temuco, incorporamos servicios para los clientes y la comunidad de la zona, como un punto limpio y el primer

Car Center en la región. También inauguramos el nuevo Sodimac Vallenar, la tienda más grande del retail de esa localidad, que reemplazó a un Constructor. Se amplió y remodeló Sodimac Arica, y se iniciaron remodelaciones y actualizaciones en Sodimac Cerrillos y Valdivia, que concluirán en 2023. También se avanzó en la puesta en marcha de una tienda en Maitencillo, que se inauguró en abril de 2023. Adicionalmente, destinamos recursos para fortalecer y actualizar la propuesta comercial y operacional de las tiendas, donde los clientes buscan asesoría e inspiración para sus proyectos de hogar. En esa línea, se lanzó un showroom de muebles e iluminación. Las inversiones logísticas se focalizaron en continuar con la automatización del centro de distribución de Lo Espejo, con miras a tener un proceso de mejor calidad y rapidez de cara a los clientes. Actualmente, 63% de las entregas se realiza en 48 horas o menos.

Estas inversiones se acompañaron de esfuerzos para entender las necesidades del entorno, de manera de que las operaciones, a lo largo de todo su ciclo de vida, sean respetuosas y aporten al desarrollo de vecinos y comunidad. En el marco de nuestro Programa de Relacionamento Comunitario Sodimac (RECSO), buscamos fortalecer vínculos permanentes y canales de comunicación directos, especialmente en aquellas tiendas con vecinos colindantes. Durante el año, establecimos un nuevo protocolo para la

gestión de consultas, inquietudes o solicitudes de vecinos, formalizando una práctica que ya se realizaba en tiendas con alguna complejidad territorial. De este modo, definimos una estructura y criterios que ayudan a hacer más eficiente la resolución de estas inquietudes y entregarles soluciones concretas. Realizamos, adicionalmente, esfuerzos para sensibilizar a los gerentes de las tiendas y sus equipos sobre las nuevas necesidades de los territorios y cómo gestionarlos.

El trabajo territorial considera también la implementación de programas sociales que permiten estrechar lazos con las comunidades, ya sea a través de talleres u otras actividades entre las que destaca el programa de inversión comunitaria “Construyendo Sueños de Hogar”, que lleva más de 15 años y se ha consolidado como una de las iniciativas de impacto social y voluntariado corporativo más importantes de Chile. En 2022, este benefició a casi 50 mil personas a través de diferentes proyectos y hubo una postulación récord desde organizaciones sociales. Un foco muy importante de este programa son nuestros propios trabajadores, en 2022 se mejoraron los hogares y calidad de vida de 70 integrantes de nuestro equipo. Además, en conjunto con la Fundación Junto al Barrio y la Municipalidad de Renca, y con la activa participación de vecinos de la comuna y voluntarios de Sodimac, en agosto inauguramos la Plaza Angol, espacio de 3.000 mt2 en el

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

tradicional barrio Lo Negrete en Renca, comuna donde se ubica nuestra oficina central.

Seguimos innovando, algo que está en el ADN de Sodimac, en alianza con proveedores y el ecosistema de startups para entregar la mejor experiencia a los clientes. Entre las iniciativas, resaltó el servicio de "Venta Online Asistida" (VOA) lanzado en 2021 para dar asesoría en la compra online de productos y servicios, y para proyectos de decoración, baño y cocina. Las personas han valorado VOA, con un alto nivel de satisfacción en quienes lo han utilizado.

Respecto a los clientes especialistas, buscamos ampliar sus oportunidades laborales a través de talleres y cursos gratuitos, tarea que impulsamos a través del Círculo de Especialistas (CES) que superó los 800 mil socios inscritos. En el período, destacó nuevamente la Gran Feria de Capacitación realizada de forma virtual con una asistencia de sobre 190 mil personas conectadas de Arica a Punta Arenas. Como parte de los avances del año, se lanzó la plataforma Academia para Especialistas, que permite entregar una gran variedad de cursos de capacitación online a los socios del CES.

Trabajamos en conjunto con nuestros proveedores para modificar procesos y productos de manera de transitar a la comercialización de productos y servicios con bajo

impacto ambiental. Con esa finalidad, lanzamos dos guías para proveedores con orientaciones para seguir avanzando en la reducción de los impactos de empaques y embalajes, y potenciar la oferta de artículos sostenibles para los clientes. La Guía de Empaques y Embalajes establece los requisitos y procedimientos para que los empaques de los productos tengan el tamaño idóneo, a través del rediseño y rightsizing, y sean reciclables para generar la menor cantidad de residuos posibles. La Guía del Sistema de Productos Sostenibles refuerza los criterios para definir como sostenibles los productos y los lineamientos sobre las acreditaciones externas necesarias.

Actualmente, ofrecemos alrededor de 5.800 artículos con atributos sostenibles, que incluyen aquellos que reducen o evitan el consumo de energía o agua; son fabricados cuidando los recursos naturales y transparentan su impacto ambiental; aportan a un ambiente interior sano y libre de partículas químicas dañinas en el hogar; productos fabricados a partir de material reciclable, reutilizables o compostables, además de los socialmente responsables.

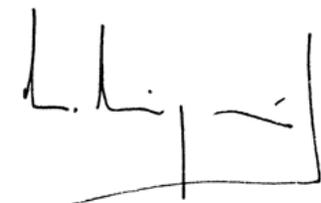
Desde hace más de 10 años, medimos y gestionamos nuestra huella de carbono para reducir y mitigar los impactos de la operación. Cabe destacar que considerando la urgencia de tomar acción frente a la crisis climática a nivel mundial, incorporamos en esta medición a partir de 2021 la huella de

carbono de los productos comercializados. Neutralizamos las emisiones de los despachos a domicilio con bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente. Contamos con contratos de energía renovable y paneles fotovoltaicos en tiendas y otras instalaciones. Nos abastecemos en más de un 70% con energías limpias y esperamos llegar al 100% al 2030. Continuamos avanzando en electromovilidad, el 65% de la flota base de nuestro principal centro de distribución ya opera con vehículos eléctricos.

En 2022, la Bolsa de Clima de Santiago (SCX) y Deloitte reconocieron a Sodimac entre las cinco empresas que más avances muestran en la medición y reducción de su huella de carbono. El informe, presentado en el pabellón chileno de la COP27 de Egipto, evaluó a las 100 firmas de mayor tamaño del país. Adicionalmente, por cuarto año consecutivo, Sodimac recibió el Sello de Excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, además de los de Cuantificación y Reducción de gases de efecto invernadero (GEI). Somos la única empresa del retail en obtener la distinción más alta de HuellaChile, programa voluntario que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones público y privadas. Ambos reconocimientos nos alegran y motivan a seguir trabajando en esa misma línea con miras a ser Cero Emisiones Netas (Net Zero) al 2030 en los alcances 1 y 2 (emisiones directas

por uso de combustibles fósiles y emisiones indirectas por consumo eléctrico en las infraestructuras de la compañía).

Sabemos que será un año complejo, pero iniciamos el 2023 con confianza, agradecidos del compromiso de las más de 14 mil personas que trabajan en Sodimac Chile, las que contribuyen a ser realidad los sueños y proyectos de hogar de millones de chilenos. Las dificultades que enfrentaremos no nos desviarán del camino de crecimiento responsable que nos hemos trazado. Quedamos atentos y agradecemos cualquier observación o sugerencia que nos puedan dar para mejorar, disminuir nuestras brechas y aprender de otras experiencias.



Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile



Sodimac y su entorno



Contexto del retail

Tras las severas restricciones de los años precedentes por la pandemia, en 2022 se fue retomando la normalidad, pero en un escenario de creciente desaceleración económica, inflación y caída en el consumo, que afectaron tanto al comercio como a la construcción, rubros en los que se desenvuelve Sodimac.

La cadena de abastecimiento se recuperó a nivel global y se normalizó la disponibilidad de productos, llegó un gran volumen de productos importados, pero con meses de retraso, en un momento en que las familias, maestros y empresas constructoras disminuyeron sus compras. Esto implicó esfuerzos permanentes de los equipos comerciales y logísticos para reducir el impacto del alza de inventarios. Se trabajó de forma muy coordinada con los proveedores para ajustar el surtido de artículos a esta nueva realidad.

Las compras presenciales siguieron superando a las online, pero como herencia de la pandemia surgió un consumidor mixto, que alterna las compras electrónicas y en tiendas físicas según su conveniencia. La mayor inflación en un país no acostumbrado a ello también llevó a cambiar hábitos de compra, con consumidores que crecientemente se preocupan más del precio de los productos y servicios, pero que en su elección siguen valorando la sostenibilidad como un atributo relevante.



Irrupción del consumidor mixto

Al dejar atrás lo peor de la pandemia, los clientes retomaron con fuerza las compras presenciales, pero se mantuvo el dinamismo del comercio electrónico, mostrando el surgimiento de un consumidor mixto que alterna las compras online y en tiendas físicas indistintamente.

Las tiendas no sólo son un espacio de venta, sino que de inspiración. El entorno físico y digital de los clientes se complementa y las empresas ponen foco en su integración con miras a ofrecer propuestas diferenciadoras. Asimismo, con más consumidores que valoran las experiencias digitales, aumenta la preocupación por entregar experiencias de calidad similares a las que ofrecen las tiendas físicas, con menores tiempos de despacho, mayores niveles de cumplimiento y de servicio, y una experiencia omnicanal fluida y consistente.



Cambio de hábitos de consumo en el hogar

El hogar deja de ser el lugar de refugio que fue en pandemia, pero se mantiene como espacio multifuncional, en especial para quienes siguen teletrabajando o en modalidad híbrida.

Familias que proyectaban comprar su primera vivienda o cambiarse de casa, postergan sus planes dada la incertidumbre económica y en reemplazo buscan renovar los espacios que habitan para ajustarlos a sus necesidades, pero con presupuestos más ajustados. Dada la inflación y la incertidumbre económica, el precio cobra una creciente relevancia, con consumidores que buscan alternativas de productos y servicios más baratas.

En respuesta a estos cambios, Sodimac siguió avanzando en la integración de la sostenibilidad en su estrategia, buscando generar propuestas de valor para cumplir con las expectativas de los clientes y, a la vez, seguir creciendo de manera eficiente y sostenible.

Se abrieron, remodelaron y ampliaron locales, acercando la marca a más familias y especialistas. Adicionalmente, hubo avances en la actualización de la propuesta comercial y mejoras en la experiencia omnicanal en tiendas, incorporando innovaciones para inspirar aún más a los clientes en sus sueños y proyectos de hogar.

Adicionalmente, se desarrollaron proyectos en categorías como pisos, muebles, iluminación y baños y cocina, que fortalecieron la propuesta de valor con mayor variedad y una mejor experiencia de compra. En la línea de transformar a Sodimac en un modelo atractivo e inspiracional que atraiga a los distintos tipos de clientes a las tiendas, se lanzó un showroom de muebles e iluminación. Este busca acercar el surtido innovador en diferentes estilos para amoblar, equipar y decorar el hogar, en un mismo lugar y a un precio competitivo.

La compañía continuó potenciando su servicio de Venta Online Asistida (VOA) con la startup Videsk. VOA da asesoría experta a clientes en proyectos de hogar a través de videollamadas desde la web, App o tiendas por el celular.

Las inversiones logísticas se focalizaron en continuar con la automatización del centro de distribución de Lo Espejo. Se avanzó en la automatización de los flujos internos de la operación que hicieron posible un proceso de mejor calidad y rapidez de cara a los clientes. Las áreas de despacho y retiro en tienda lograron reducir los tiempos de entrega a los clientes en un 11%. En esta línea, continuaron iniciativas con valor agregado, como el retiro en tienda automatizado, ya implementado en ocho locales, y servicios de Same

Consumidor ciudadano y marcas con propósito

El foco en el precio no implica dejar de lado la dimensión ciudadana del consumo. En un país donde cada vez son más evidentes los efectos del cambio climático y con problemas sociales urgentes, los consumidores esperan que las empresas aporten al cuidado del medioambiente con acciones concretas y tengan un impacto positivo en la sociedad.

Según diversos estudios, un creciente número de clientes está dispuesto a cambiar su forma de vida y los productos que compra, y ha incorporado la sostenibilidad como uno de sus principales criterios de compra. El desafío de las empresas en el actual contexto es ofrecer productos y servicios sostenibles a un valor asequible.

Day Delivery (despacho el mismo día) y despacho Express (despacho en dos horas,) implementados en 27 y seis tiendas, respectivamente. Al cierre del año, 63% de las entregas se realizaron en menos de 48 horas.

En paralelo, Sodimac siguió incorporando a su oferta comercial más productos y servicios sostenibles, bordeando los 5.800. Desde hace más de 10 años, mide y gestiona la huella de carbono para reducir y mitigar los impactos de su operación. La empresa neutraliza las emisiones de los despachos a domicilio con bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente. En 2022, la Bolsa de Clima de Santiago (SCX) y Deloitte reconocieron a Sodimac entre las cinco empresas que más avances muestran en la medición y reducción de su huella de carbono. El informe, presentado en el pabellón chileno de la COP27 de Egipto, evaluó a las 100 firmas de mayor tamaño del país.

Marco Estratégico

(2-23)

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

Propósito

Desde 2021 se incorporó un propósito común para todas las unidades de negocio de Falabella: “Simplificar y disfrutar más la vida”.

Misión

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

Visión

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

Nuestros valores y cómo se viven



Respeto

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

Excelencia

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

Integridad

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

Responsabilidad

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

Sodimac en América Latina

(2-1)

Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar de Falabella, uno de los principales conglomerados de retail de América Latina. La empresa es una sociedad anónima cerrada y no transa sus acciones en bolsa de valores. Su compañía matriz controla el 100% de la propiedad a través de dos sociedades: Inversiones y Prestaciones Venser Seis Limitada (99,9999986%) e Inversiones Parmin SpA (0,0000014%).

La empresa celebró en 2022 su 70 aniversario. Se fundó en 1952 como una cooperativa, en respuesta al desabastecimiento que generó en Chile la Segunda Guerra Mundial. José Luis del Río Rondanelli (Dersa) la adquirió en 1982 y formó la sociedad Sodimac. Desde entonces, manteniendo una cultura distintiva, se desarrolló un modelo de negocio y distintos formatos para satisfacer las necesidades de sus clientes familias, maestros especialistas y empresas.

La internacionalización de Sodimac se inició en 1994 tras asociarse con el Grupo Corona para ingresar a Colombia. En 2003 se firmó la fusión empresarial con Falabella, y un año después se siguió profundizando la internacionalización con la apertura de las primeras tiendas en Perú. Luego se ingresó a Argentina en 2008 y más recientemente a Brasil y Uruguay. En 2018, Sodimac abrió sus primeras tiendas en México, consolidándose como la mayor compañía comercializadora de materiales de construcción y artículos para el mejoramiento del hogar de Latinoamérica, presente en los principales mercados de la región, con un exitoso modelo de negocio con distintos formatos de tiendas, tanto físicas como online.

Actualmente, la empresa opera en siete países y tiene además oficinas comerciales en China. Las inversiones fuera de Chile se desarrollan a través de filiales de la compañía matriz.



COLOMBIA			
	2020	2021	2022
Tiendas	40	40	40
Trabajadores	9.121	8.489	8.924
Superficie de venta (m ²)	386.256	385.990	385.990

PERÚ			
	2020	2021	2022
Tiendas	56	56	56
Trabajadores	9.738	9.413	8.016
Superficie de venta (m ²)	385.217	388.151	388.526

ARGENTINA			
	2020	2021	2022
Tiendas	8	7	7
Trabajadores	807	819	805
Superficie de venta (m ²)	84.826	72.207	72.207

BRASIL			
	2020	2021	2022
Tiendas	53	52	55
Trabajadores	3.434	3.424	3.412
Superficie de venta (m ²)	174.280	178.076	196.965

URUGUAY			
	2020	2021	2022
Tiendas	3	4	4
Trabajadores	830	564	516
Superficie de venta (m ²)	24.849	33.619	33.619

MÉXICO			
	2020	2021	2022
Tiendas	6	9	12
Trabajadores	988	1.414	1.414
Superficie de venta (m ²)	65.628	94.522	114.609



Desarrollo operativo de Sodimac Chile

Sodimac tiene **73** tiendas distribuidas en **42** ciudades a lo largo de Chile.

	2020	2021	2022
Puntos de venta	72	72	73
Trabajadores	15.119	15.743	14.328
Superficie de venta (m²)	689.678	683.877	703.231

Nota:

- La dotación incluye las empresas: Sodimac S.A, Logística Internacional Limitada y Traineemac S.A.
- Se excluyen las cifras de la filial Imperial, que tiene 13 tiendas y una superficie de ventas de 71.302 m².
- En 2022 se abrieron dos tiendas, pero una de ellas reemplazó a otra de menor superficie en la misma ciudad.



Cadena de valor

(2-6)

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

CADENA DE SUMINISTRO

- **2.256** proveedores de productos y servicios.
- **74%** de origen nacional.
- **1.029** de los proveedores son microempresas o pymes.
- **441** proveedores inscritos en Sedex.
- **229** evaluaciones sociales de estándares de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH., medioambiente y laboral.
- **Se lanzaron 2 guías para compartir buenas prácticas** con proveedores en materia de "Empaques y Embalajes" y "Sistema de Productos Sostenibles".

LOGÍSTICA

- En Chile: **23** centros de distribución y bodegas.
- **714,975 m²** almacenamiento total.
- Áreas click & collect en **100%** tiendas, **8** de ellas con entregas robotizadas y **44** puntos click & collect en otras instalaciones del grupo Falabella. Devoluciones de Falabella.com en **100%** de las tiendas y **539** puntos de devolución en otras instalaciones del grupo y couriers externos.
- **63%** de despachos en **menos de 48 horas**.
- **100%** despachos última milla a clientes de Sodimac Chile son carbono neutral.
- Huella de carbono: **90% emisiones de GEI** de Sodimac S.A. son generadas por transporte de carga y los productos comercializados. Se obtuvieron los Sellos de Cuantificación, Reducción y el Sello Excelencia de Huella Chile (Min. Medio Ambiente) por gestión de GEI, **más del 50% de la carga** se moviliza en camiones que fueron certificados como eficientes.

COMERCIAL

- **73** tiendas.
- **703,231 m²** superficie de venta.
- **118 mil productos y servicios** (SKU) en tiendas y comercio electrónico. Cerca de **5.800** productos sustentables.
- Más de **48 millones** de transacciones en **2022**.
- **Más de 290 millones de visitas** al catálogo de Sodimac en Falabella.com.
- App Sodimac: **sobre 59,5 millones** de visitas.
- Servicio de asesoría virtual: **Más de 24.000** llamadas, con un nivel de satisfacción del **85%**.
- Mercados: Mejoramiento del hogar y especialista.
- **5** formatos:

- **29** marcas desarrolladas por Sodimac:



USO Y POSCONSUMO

- **Clientes:** Familias; maestros contratistas y pequeños especialistas; empresas constructoras medianas y grandes.
- **Más de 800 mil** socios en Chile del programa Círculo de Especialistas (CES)+CMR Puntos. Se lanzó plataforma Academia para Especialistas, con diversidad de cursos de online para los socios.
- Gran Feria de Capacitación Online reunió a **más de 190 mil** especialistas de la construcción, con sobre **120 cursos**.
- **Más de 2,3** millones de suscriptores canal de YouTube tutoriales Sodimac.
- Canal de YouTube de Sodimac Constructor Chile logró el botón de plata, con más de **107 mil** suscriptores.
- **NPS** en tiendas y canales de contacto mide satisfacción y experiencia de clientes.
- Reclamos representan **0,45%** del total de transacciones.
- **21 Puntos Limpios Sodimac: 2.560.000 kilos** recuperados en 2022, **más de 250 mil** visitas de comunidad.
- Economía circular: Se reciclan las mermas de alimento para mascotas como insumo para generar nuevo alimento. En 2022 se gestionaron **3.959 kilos**.
- **Se han reciclado unas 40 mil baterías** desde 2018 (alrededor de 500 toneladas), aportadas por clientes de la red Car Center y en campañas puntuales en tiendas. **En 2022, este servicio se extendió de forma permanente a todos los Sodimac del país.**



falabella.com
punto de devolución

SODIMAC
Haz de tu casa el mejor lugar del mundo.
Descarga la App [falabella.com](https://www.falabella.com)

Crecimiento Responsable en Chile

Año a año, Sodimac Chile impulsa múltiples acciones a partir de un plan estratégico de largo plazo, con metas a 2025, y que descansa en tres pilares: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad

SODIMAC



Estrategia de Sodimac al 2025

(2-23; 2-12; 3-3)

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

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

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

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



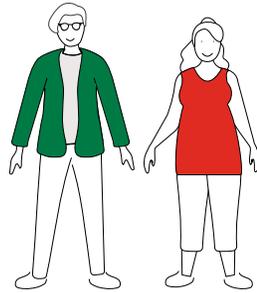
SIMPLIFICAR Y DISFRUTAR MÁS DE LA VIDA

Construyendo la Casa del Futuro



LOS CLIENTES ESTÁN EN EL CENTRO DE NUESTRA CASA

Por lo que trabajamos con pasión para ofrecerles una mejor calidad de vida y una experiencia de servicio que supere sus expectativas.

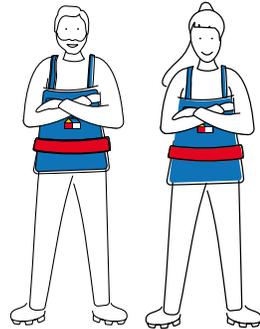


Y NO PODRÍAMOS LOGRAR ESTO SIN...

NUESTRAS PERSONAS E INFRAESTRUCTURA

La casa la hacemos todos. Somos el motor del cambio y lo hacemos viviendo el REIR. Por ello, nos esforzamos en conformar el mejor equipo humano y en generar un excelente ambiente laboral, desarrollando una cultura ágil que promueva la colaboración, innovación, aprendizaje, trabajo en equipo y empoderamiento, siempre pensando en nuestros clientes.

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



NUESTRA CASA CUENTA CON TRES PILARES QUE SOSTIENEN ESTA ESTRATEGIA

PILAR 1

CRECIMIENTO

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

PILAR 2

RENTABILIDAD

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

PILAR 3

SOSTENIBILIDAD

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

PARA LOGRAR NUESTRA ESTRATEGIA, PONEMOS ATENCIÓN EN DOS FOCOS



EFICIENCIA ORGANIZACIONAL

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



EXPERIENCIA DEL CLIENTE

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

Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.



Compromiso con la sostenibilidad

(2-23; 2-24; 3-3)

La sostenibilidad es parte integral de la estrategia de crecimiento de Sodimac, para lo cual posee una estructura formal y permanente de gestión, con mediciones e indicadores para gestionar el desempeño, brechas y avances en materias sociales, ambientales y de gobernanza.

Bajo este marco, a lo largo de 2022 se impulsaron múltiples iniciativas vinculadas con el desarrollo sostenible:



Construyendo Sueños de Hogar

El programa de voluntariado “Construyendo Sueños de Hogar” se ha consolidado como uno de los más importantes en Chile, tanto por el número de voluntarios que participan (más de 4.000 trabajadores) como por su alcance nacional de Arica a Punta Arenas y personas beneficiadas.

Es un fondo concursable al que postulan organizaciones comunitarias con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno, los que son evaluados por el Comité Ejecutivo Técnico de Relacionamiento Comunitario de Sodimac y representantes de la Comunidad de Organizaciones Solidarias (COS), considerando su impacto social. Sodimac entrega materiales y su transporte, a lo que se suma la labor de los voluntarios y la participación de las propias comunidades.

En alianza con organizaciones como TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile, la iniciativa también hace posible construir viviendas definitivas, lograr mejores entornos de barrios y apoyar a comunidades afectadas por emergencias, como el incendio que afectó en diciembre a familias de Viña del Mar.

En 2022, se desarrollaron 84 proyectos que beneficiaron a unas 50 mil personas (de un total récord de 843 postulaciones, incluyendo por primera vez iniciativas con impacto social-medioambiental). Entre los proyectos realizados, destacan un espacio para fomentar el deporte y cuidado del medioambiente en el Consejo Local de Salud Las Palmas en Valparaíso y la implementación de una sala comunitaria de Red Alimentos en San Bernardo para entregar alimentos y artículos de primera necesidad a adultos mayores de bajos ingresos.

Como parte de este programa, a nivel interno, también se desarrollan proyectos para mejorar los hogares y calidad de vida de trabajadores de la empresa. En 2022, esto benefició a 70 colaboradores.

Desde su creación hace 16 años, “Construyendo Sueños de Hogar” ha desarrollado 921 proyectos, beneficiando directamente a más de 355 mil personas y a nivel interno se han materializado 727 proyectos.

Círculo de Especialistas Sodimac (CES)

Es un programa emblema de la empresa en el plano de los negocios inclusivos. Con más de 800 mil socios, el CES permite entregar a maestros especialistas y contratistas herramientas que les ayudan a mejorar su trabajo y gestión del negocio, mediante capacitaciones y perfeccionamiento.

Se realizan visitas a fábricas, talleres, ferias regionales y entrega de becas en entidades universitarias y centros de formación técnica. Entre las actividades, destaca la Gran Feria de Capacitación para Especialistas que se realiza anualmente de forma abierta y gratuita. En 2022, en versión online reunió a más de 190 mil personas y se realizaron sobre 120 cursos.

Como parte de los avances del año, se lanzó la plataforma Academia para Especialistas, que permite entregar una amplia gama de alternativas de cursos de capacitación online a los socios del CES.

Guías para proveedores

Sodimac desarrolla un trabajo en conjunto con sus proveedores para modificar procesos y productos de manera de transitar a la comercialización de productos con bajo impacto ambiental. Con esa finalidad, en 2022 lanzó dos guías para sus proveedores con orientaciones para seguir avanzando en la reducción de los impactos de empaques y embalajes, y potenciar la oferta de artículos sostenibles para los clientes.

La Guía de Empaques y Embalajes establece los requisitos y procedimientos para que los empaques de los productos tengan el tamaño idóneo, a través del rediseño y rightsizing, y sean reciclables para generar la menor cantidad de residuos posibles.

La Guía del Sistema de Productos Sostenibles refuerza los criterios de la empresa para definir como sostenibles sus productos y los lineamientos sobre las acreditaciones externas necesarias. La compañía tiene actualmente alrededor de 5.800 artículos con atributos sostenibles, en la meta de que estos representen el 30% del total de productos a fines del 2026.



Énfasis en energías limpias

La empresa se abastece en más de un 70% con energías limpias y la meta es llegar a un 100% en 2030. La estrategia en tal sentido se enfoca en la instalación de paneles fotovoltaicos en todas aquellas tiendas e instalaciones donde sea técnicamente factible. A esto se suma un acuerdo de Falabella (matriz de Sodimac) con Enel Generación para el suministro de energías renovables no convencionales (ERNC) a diferentes instalaciones del grupo en Chile.

Avances en electromovilidad

Sodimac avanza decididamente en electromovilidad con la incorporación de vehículos eléctricos para sus despachos de última milla y abastecimiento en tiendas. Apoya además a firmas contratistas de transporte para el cambio a esta tecnología. Esto es especialmente relevante considerando que el transporte es el generador de huella de carbono más importante en el retail (sin incluir los productos comercializados). Hoy, 65% de la flota base del principal centro de distribución ya cuenta con vehículos eléctricos para despachos de última milla.

Adicionalmente, fomenta la electromovilidad en sus clientes. En 2022, siguió habilitando puntos de carga en tiendas, los que ya suman nueve en Santiago y regiones. La meta es tener 30 puntos de carga para vehículos eléctricos al

2023 en alianza con Enel X Way, en centros de distribución, tiendas y oficina central. Además, mediante un acuerdo con Copec Voltex, la compañía también ofrece un servicio que permite instalar cargadores en hogares.

En 2022, la empresa se sumó nuevamente al Compromiso Público Privado por la Electromovilidad. Es la única empresa del retail mejoramiento del hogar en adherir. Esta instancia, a la que se comprometieron diferentes compañías e instituciones, busca aunar esfuerzos para transitar hacia un transporte más sostenible en el marco de la nueva Estrategia Nacional de Electromovilidad. El sector transporte representa hoy cerca del 25% de las emisiones de gases de efecto invernadero de Chile, por lo que se estima clave desarrollar la electromovilidad para lograr la meta país de carbono neutralidad a 2050.



Despachos carbono neutral

Desde 2019, todos los despachos por compras online son “carbono neutral”, medida que ha sido muy relevante dado el importante crecimiento de las compras electrónicas. La empresa neutraliza las emisiones que se generan a través de bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente. Este proceso es certificado por la Bolsa de Clima de Santiago (SCX), que entrega una certificación CO₂ Neutral que verifica el cumplimiento y trazabilidad del proceso.

En 2022, los despachos a domicilio generaron aproximadamente 8.721 toneladas de CO₂e.

Huella de carbono

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

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

El informe “Radiografía 2022: Vulnerabilidad Corporativa al Cambio Climático de las 100 Empresas de Mayor Tamaño en Chile”, elaborado por SCX (la Bolsa de Clima de Santiago) y Deloitte, reconoció a Sodimac entre las cinco empresas con más avances en la medición y reducción de su huella de carbono, contribuyendo a la mitigación de los efectos de los gases de efecto invernadero (GEI). El reporte, que se presentó en el pabellón chileno de la 27 Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP27) de Egipto, evaluó a las 100 compañías de mayor tamaño en el país. Analizó cuatro dimensiones: la medición de las emisiones y verificación integral, el compromiso con una mitigación ambiciosa, la reducción efectiva de las emisiones y aceleración vía neutralización.

En el caso de Sodimac, el estudio resaltó que la empresa mide y gestiona en Chile desde 2010 su huella de carbono y resaltó que muestra una trayectoria positiva de emisiones, incluyendo las de alcance 3 (logística). Destacó también que neutraliza las emisiones de los despachos a domicilio. Adicionalmente, valoró el que cuente con contratos de energía renovable para reducir las emisiones de alcance 2.

En el marco de su programa de gestión ambiental, Sodimac tiene el compromiso de ser Cero Emisiones Netas (Net Zero) al 2030 en los alcances 1 y 2.

Aliados estratégicos para una mirada social

Las alianzas estratégicas con diversas organizaciones sociales para ir en ayuda de la comunidad continuaron rindiendo frutos.

TECHO-Chile

En un contexto de emergencia habitacional en el país, Sodimac se sumó a la campaña “Un Techo en tu Nombre” de TECHO-Chile, que buscó convocar nuevos socios en el marco del 25 aniversario de esa organización; y continuó su colaboración con la Inmobiliaria Social de Techo que en total ha entregado 99 proyectos de vivienda definitiva a familias de campamentos.



Movidos x Chile

La alianza de la empresa con Movidos x Chile, fue clave para brindar una ayuda afectiva a las familias afectadas por los diversos incendios y otras catástrofes que azolaron al país durante 2022.

Junto al Barrio

En conjunto con la Fundación Junto al Barrio y la Municipalidad de Renca, y con la activa participación de vecinos de la comuna y voluntarios de Sodimac, en agosto se inauguró la Plaza Angol. La iniciativa, que contempló el diseño y construcción de un espacio de 3.000 mt², se ubica en el tradicional barrio Lo Negrete en Renca.



Déficit Cero

El objetivo de Déficit Cero es la superación del déficit habitacional que existe en nuestro país y, para avanzar en esta meta, se desarrollan diversos estudios para proponer soluciones a la política pública con acciones de colaboración entre diversos estamentos de la sociedad. Se han desarrollado capacitaciones a líderes de comités de vivienda y se prepara para enero de 2023 un encuentro internacional de Vivienda y Ciudad.

Apoyo en emergencias

La articulación de esfuerzos entre Sodimac, Movidos x Chile, TECHO, y otros aliados, permitieron canalizar la ayuda de una manera eficiente hacia las comunidades afectadas por incendios en 2022.

En enero, la empresa activó un fondo de emergencia para apoyar a las 36 familias del campamento Villa Constanza de la región de Antofagasta que se vieron afectados con la pérdida total o parcial de sus viviendas tras dos incendios ocurridos en diciembre de 2021. Las familias damnificadas recibieron un fondo de reconstrucción que les permitió acceder a la compra de materiales en una red de diferentes ferreterías de la misma comuna para reconstruir o reparar sus viviendas.

En febrero, tras el siniestro en San Fernando que afectó a 27 familias, se concurreó aportando gift cards para la compra de kits de electrodomésticos básicos.

También se logró materializar un aporte de gift card y descuento especial para las 141 familias que perdieron sus viviendas en el incendio de Castro.

Asimismo, a fines de año en Viña del Mar, en conjunto con otras empresas del grupo Falabella, la compañía colaboró habilitando centros de acopio para recibir aportes, puso su logística a disposición para el transporte de bienes, entregó kits de emergencia para la primera fase de remoción y limpieza de las zonas afectadas, y activó a su red de voluntarios para ir en apoyo en caso de ser necesario. Además, se brindó un apoyo especial al trabajador de Sodimac y su familia que resultaron afectados.



Lineamientos de la sostenibilidad

(2-12; 2-23; 3-3)

La Política de Sostenibilidad Corporativa de Sodimac identifica las partes interesadas prioritarias y define compromisos y obligaciones explícitas con sus públicos de interés. En su relacionamiento, la empresa aborda los temas

más relevantes directamente para cada grupo y alinea sus esfuerzos según instrumentos internacionales de sostenibilidad:

Nuestros trabajadores

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

Nuestros proveedores

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

Compromiso con el medioambiente

Bajo un decidido compromiso institucional con la lucha en contra los efectos del cambio climático, Sodimac se ha impuesto la meta de ser carbono neutral a 2030. Para ello la compañía se esfuerza activamente por disminuir y mitigar sus impactos, buscando mejorar su desempeño ambiental aplicando los conceptos de la economía circular en toda la operación. En este sentido, impulsa el uso eficiente de los recursos naturales, hídricos y energéticos, y fomenta la toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente en todos los públicos de interés con los cuales la empresa interactúa.

Nuestros clientes

El cliente está en centro de las actividades de la empresa y, como tal, se promueve una comunicación responsable que asegure la calidad, disponibilidad y la seguridad de productos y servicios, los cuales, de manera creciente, deben ser sostenibles y/o basados en los principios de la economía circular. Lo anterior, respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas, cumpliendo las promesas de venta, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, y entregando información clara, completa y con la mejor experiencia de compra.

Gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac exige un comportamiento responsable en todos los niveles y unidades de negocio de la organización, desde la alta gerencia hasta las áreas operativas, sobre la base de parámetros establecidos en el Código de Ética interno, un Sistema de Integridad y Canales de Denuncia. Este marco de referencia promueve el respeto de los derechos humanos y la transparencia, para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, reputación y confianza depositadas en la empresa por sus partes interesadas.

Compromiso con la comunidad

Con las comunidades la empresa busca construir relaciones de confianza basadas en el diálogo y una gestión responsable de sus impactos, con una activa participación de sus trabajadores a través de labores de voluntariado corporativo, y estrechando alianzas con instituciones que tengan intereses y objetivos comunes. Con este objetivo, se promueven acciones participativas e inversiones sociales que, desde la propia naturaleza de la organización, permiten mejorar efectivamente su calidad de vida y fomentan la empleabilidad local.

2006 - 2009



PRIMEROS LINEAMIENTOS RS

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

2010 - 2014



SOSTENIBILIDAD Y EL PLAN ESTRATÉGICO

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

2015 - 2022

INTEGRACIÓN DE SOSTENIBILIDAD EN TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO



- Se incorpora un indicador de sostenibilidad para medir la integración de este criterio en todas las unidades.
- Estrecha coordinación con las operaciones de Sodimac en cada país.
- Redireccionamiento de estrategia de inversión social y relacionamiento comunitario con el programa Construyendo Sueños de Hogar.
- Actualización de la política de DD.HH. y proceso de Debida Diligencia en DD.HH.
- Mediciones ESG con públicos de interés.
- Consolidación de la aplicación de la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT) en la evaluación de proyectos, para profundizar la capacidad de escucha y anticiparse a conflictos territoriales.
- Avances en reducción de la huella de carbono por comercio electrónico: todos los despachos a clientes en Chile son carbono neutral desde el 1° de marzo de 2019.
- Actualización de la política de sostenibilidad corporativa y temas estratégicos materiales (válidos para todas las unidades en la región).
- Avances en la incorporación de productos y servicios sostenibles para clientes, campañas "Cuidemos La Casa de Todos" y contenidos sustentables en las plataformas de Hágalo Usted Mismo.
- En 2022 se realizó una nueva actualización del proceso de Debida Diligencia en DD.HH.



Compañía matriz de Sodimac en el DJSI World

En 2022 y por séptimo año el grupo Falabella, matriz de Sodimac, fue seleccionado para integrar el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World). Con ello, destaca junto a otras grandes multinacionales como un conglomerado líder en términos de sostenibilidad, siendo la única compañía chilena de la industria del retail que figura en esta evaluación. La empresa forma parte además de otros tres indicadores Dow Jones: Emerging Markets, MILA y el índice Chile.

Se trata de logros que acreditan una estrategia de crecimiento sostenible dirigida a transformarse en el ecosistema físico digital más grande de América Latina, con un enfoque centrado en el cliente, a partir de un esfuerzo constante por avanzar conforme a una agenda ESG, es decir, de acuerdo con criterios ambientales, sociales y de gobernanza.



Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

(2-23; 2-24)

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

En este contenido y tomando en cuenta la realidad de su negocio, la empresa realizó un análisis dirigido a determinar objetivos y metas que le permitiesen contar con un marco de referencia para gestionar y reducir sus impactos negativos en función de los temas materiales de sostenibilidad y gestión que se exponen a lo largo del presente reporte.

Los ODS corporativos también han permitido sistematizar cuatro programas emblemáticos de la compañía, los cuales fueron presentados al Consejo de Implementación de la

Agenda 2030 para el proceso de elaboración del Examen Nacional Voluntario de Chile:

- ✓ Escuela de Excelencia Sodimac
- ✓ Círculo de Especialistas Sodimac (CES)
- ✓ El programa de Gestión Medioambiental
- ✓ El programa Construyendo Sueños de Hogar.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Sumando valor

La compañía anualmente destaca en la iniciativa conjunta de la CPC, SOFOFA, Pacto Global y ACCIÓN Empresas denominada “Sumando Valor”, bajo cuyo alero se fomenta la transparencia y la reportabilidad entre las organizaciones que operan en Chile. Para ello, se exponen casos de prácticas empresariales que contribuyen directamente al cumplimiento de los 17 ODS. Respecto a Sodimac, se resaltan las agendas de trabajo que ha impulsado en los siguientes ámbitos: despachos carbono neutral, comercio inclusivo, inclusión, reinserción laboral y la Red Nacional de Puntos Limpios.

Más información en www.sumandovalor.cl

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de sectores vulnerables de la comunidad, como son TECHO, Junto al Barrio y Cultiva. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad
	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal	Sodimac busca generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante sus programas de calidad de vida. Entre las principales acciones destacan fomentar el autocuidado, manejo del estrés, alimentación saludable, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas. En 2022 se puso especial foco en la salud mental tras la pandemia por Covid 19, para ello se cuenta con Mhaite, asistente virtual que presta apoyo psicológico. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.
	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Asimismo, cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Creado hace 17 años, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. En 2022, se lanzó la plataforma Academia de Especialistas, para entregar cursos online. Más información en capítulo Nuestros Clientes.
	Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas	Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2022, se realizó el primer programa interno de mentorías para mujeres líderes. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Además, la empresa se compromete a velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.
	Garantizar disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	Sodimac mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, haciendo un uso más eficiente para una gestión sobre el recurso hídrico. Además, elaboró contenidos para los clientes en Youtube y otras plataformas sobre un consumo responsable y masifica los productos que aportan al ahorro del agua en el hogar. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERN). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	<p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p>	<p>Sodimac tiene un compromiso de velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.</p> <p>Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Consciente de la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y el constante mejoramiento de los estándares de seguridad. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada superior al mínimo legal establecido a nivel país. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso, y no discriminatorio con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2022, se realizó el primer programa interno de mentorías para mujeres líderes. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.</p> <p>Al mismo tiempo, cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Creado hace 17 años, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. En 2022, se lanzó la plataforma Academia de Especialistas, para entregar cursos online. Más información en capítulo Nuestros Clientes.</p> <p>Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. Más información en capítulo Nuestros Proveedores.</p>
	<p>Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación</p>	<p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta, destacan sus cerca de 5.800 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Haciendo ECO"; los catálogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; y promoción de la ecoeficiencia en los hogares. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	<p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles</p>	<p>Sodimac ha consolidado su programa “Construyendo Sueños de Hogar”, iniciativa de voluntariado corporativo de gran importancia para la empresa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades donde está inserta. El programa ayuda también a los trabajadores de la empresa a mejorar sus hogares y calidad de vida. En 2022, se realizaron 84 proyectos, beneficiando a cerca de 50 mil personas. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.</p> <p>Cada año, Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad, como son TECHO, Junto al Barrio y Cultiva, entre otras. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.</p>
	<p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable.</p> <p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta destacan sus cerca de 5.800 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas “Haciendo ECO”; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y la promoción de ecoeficiencia en los hogares. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>La empresa -que ingresó en 2018 a la comunidad global “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhiere al “Pacto Chileno por los Plásticos” de Fundación Chile- trabaja con sus proveedores para aumentar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	<p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos</p>	<p>Desde hace cuatro años todos los despachos a clientes por compras online son carbono neutral. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Por cuarto año consecutivo, Sodimac obtuvo el sello ""Excelencia"" de Huella Chile, además de los sellos ""Cuantificación"" y ""Reducción"", por su compromiso y mejora continua en materia de GEI. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas y otras instalaciones tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y el uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC) e instalación de paneles fotovoltaicos en tiendas y otras instalaciones durante 2022. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta también destacan sus cerca de 5.800 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas ""Cuidemos La Casa De Todos""; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y medidas para promover la ecoeficiencia en los hogares.</p> <p>La empresa -que ingresó en 2018 a la comunidad global ""The Circular Economy 100"" (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhiere al ""Pacto Chileno por los Plásticos"" de Fundación Chile- trabaja con sus proveedores para aumentar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.</p>
	<p>Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas</p>	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable.</p> <p>Además, Sodimac busca realizar su actividad cumpliendo plenamente los preceptos legales y derechos civiles y laborales de las personas. Adicionalmente, ha desarrollado un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.</p>



Relacionamiento con Grupos de Interés

(2-29)

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

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

- Respeto
- Excelencia
- Integridad
- Responsabilidad

Mediciones públicos de interés



En 2022, la empresa aplicó la herramienta Stakeholders Sustainable Index (SSIndex, o Índice Sostenible de los Grupos de Interés), iniciativa creada por expertos de Yale University. Se trata de una encuesta que busca medir el impacto de los esfuerzos que realiza Sodimac respecto a gestión de riesgos y monitoreo sostenible en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza (ESG) para su relacionamiento con los diferentes públicos de interés (trabajadores, clientes, proveedores, alianzas y comunidad).

Canales de comunicación con los grupos de interés

El relacionamiento con los grupos de interés se lleva a cabo a través de diversas plataformas de escucha y diálogo activo.

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

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

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

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

Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Prensa	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.	- Contactos telefónicos y correo electrónico.	(DI)	- Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders.	- Respeto al rol. - Ética y rigurosidad en la entrega de información.
		- Reuniones.	(ME)		
		- Entrevistas.	(ME)		
		- Comunicados de prensa.	(TR)		
		- Reportes financieros.	(TR)		
		- Memoria Anual y Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Seminarios y otras actividades con presencia de prensa.	(ME)		
- Retroalimentación a través de estudios de reputación (Merco).	(AN)				



Nuestras alianzas

(2-23; 2-28)

Sodimac establece relaciones y genera alianzas con diferentes asociaciones gremiales y otro tipo de organizaciones. También participa en diversas mesas de trabajo donde intercambia experiencias sobre mejores prácticas y aporta sus conocimientos buscando contribuir al desarrollo de políticas públicas y aportar a la solución de problemáticas sociales y ambientales que afecten al país. En 2022, sus aportes por membresías (mayoritariamente a gremios y entidades promotoras de la sostenibilidad, relaciones laborales, medioambiente y ética empresarial) sumaron más de \$92 millones.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

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

- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, CNC (www.cnc.cl)
- Cámara de Comercio de Santiago, CCS (www.ccs.cl)
- Cámara Chilena de la Construcción, CChC (www.cchc.cl)
- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile. AMDD (www.amddchile.com)
- Círculo de Empresas de la Panamericana Norte, Cirpan (www.cirpan.cl)

Ámbito de acción: responsabilidad social y sostenibilidad

La compañía integra iniciativas locales y globales que fomentan la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

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



Ámbito de acción: gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac participa en entidades orientadas a fortalecer los gobiernos corporativos y la ética empresarial.

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

Ámbito de acción: relaciones laborales

La empresa colabora con instituciones promotoras de ambientes de trabajo saludables y exentos de riesgos, igualdad de oportunidades y sana convivencia laboral.

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

Ámbito de acción: medioambiente

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

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

Ámbito de acción: comunidad

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

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



Gestión de la Sostenibilidad

(2-23; 2-29; 3-1; 3-2)

Temas Estratégicos

La empresa cuenta con un proceso formal de materialidad que permite identificar los temas más importantes para la compañía y sus partes interesadas en todos los ámbitos de la sostenibilidad; analizar los impactos positivos y negativos -reales y potenciales- del negocio a lo largo de la cadena de valor, y los riesgos y oportunidades a gestionar.

La última actualización del proceso de materialidad y política de sostenibilidad se realizó en 2020, trabajo que fue acompañado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Se identificaron impactos

del negocio, positivos y/o negativos, que afectan a las diferentes partes interesadas para cada uno de los temas materiales, todo esto basado en el marco metodológico que recomienda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Para este proceso, se realizaron entrevistas y talleres para conocer las diferentes visiones. Se incluyeron además un benchmark de los principales retailers mundiales, los resultados de las mediciones ESG con las principales partes interesadas (trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y entidades expertas) y un análisis de información secundaria del negocio.

Esta labor fue homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México, asegurando que en todas se trabajen los mismos temas y, con los resultados obtenidos, exista claridad sobre los tópicos a gestionar en cada operación.

Esta materialidad se cruza con aquella definida para el grupo Falabella en su conjunto, que se actualizó en 2022.



Materialidad Falabella SA

Nº	Tema Material	Prioridad
1	Salud y Seguridad de colaboradores	Alta
2	Cambio Climático	Alta
3	Condiciones laborales, Salud y seguridad externos	Alta
4	Privacidad y ciberseguridad	Alta
5	Acceso, Salud y Seguridad de los clientes	Alta
6	Residuos	Alta
7	Experiencia y satisfacción de clientes	Media
8	Empleo y bienestar	Media
9	Diversidad e inclusión	Medio
10	Construcción sostenible	Media

● Ambiental ● Social ● Económico



Estructura Interna

(2-9; 2-12; 2-13; 2-14)

Comité de Sostenibilidad

Instancia que lidera y coordina la gestión llevada a cabo por todas las áreas de Sodimac en estas materias. También es responsable de aprobar el Reporte de Sostenibilidad. Lo conforman:

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

Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento

Área a cargo de coordinar y asesorar a la organización en temas de sostenibilidad y cumplimiento, buscando garantizar que los proyectos actuales y futuros cumplan con la legalidad vigente y las normas nacionales e internacionales.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

- Responsable de gestionar la política de sostenibilidad, participa en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven las acciones en estas materias.
- Garantiza el alineamiento de la política de sostenibilidad con los principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT; los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU; los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas; los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); la ISO 26000, y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI).



- Coordina el Comité de Sostenibilidad y Cumplimiento, que revisa periódicamente la gestión de riesgos para asegurar el respeto normativo en la operación diaria.
- Participa en los programas definidos como estratégicos por la compañía.
- Participa en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven la sostenibilidad.

Su labor se apoya en los siguientes ejecutivos:

Subgerente de Sostenibilidad

- Elabora y diseña la estrategia de sostenibilidad de Sodimac en Chile y coordina su implementación.
- Hace seguimiento y control de la matriz de cumplimiento en la dimensión social y medioambiental de la empresa, y de los programas estratégicos.

- Elabora y coordina el relacionamiento institucional con medios de comunicación, autoridades, gremios empresariales, entidades de la industria y organizaciones de la sociedad civil.
- Define, monitorea y controla la política de donaciones de la empresa.
- Elabora y coordina los contenidos del Reporte de Sostenibilidad, incluyendo los indicadores GRI, así como los demás procesos de medición, reconocimiento, estudio de impactos sociales y/o medioambientales y reputación corporativa de la compañía.
- Participa en el comité de sostenibilidad del grupo Falabella, organizaciones promotoras de sostenibilidad (Pacto Global, Acción Empresas, PROhumana, entre otras), comités de gremios empresariales y organizaciones en alianza.

En 2022, el Índice de Sostenibilidad arrojó un resultado global de 82% para Sodimac Chile, lo que implica que la empresa aplica mayoritariamente prácticas de clase mundial, inspiradas en los procedimientos indicados en los principales instrumentos internacionales sobre sostenibilidad. Además, mostró un 83% de integración en la gestión de los temas materiales o estratégicos de sostenibilidad, reflejando una madurez en la incorporación de los impactos reales y potenciales que se derivan del proceso de toma de decisiones y actividades operacionales.

Coordinadora de Sostenibilidad

- Coordina con las distintas gerencias la entrega de información sobre la gestión económica, social y ambiental para la medición de indicadores GRI e Index de Sostenibilidad.
- Seguimiento a compromisos y proyectos con organizaciones en alianza relacionado a temas sociales.
- Supervisa el proyecto Sedex de Auditorías Sociales a proveedores nacionales e internacionales.
- Gestiona y supervisa el Programa Construyendo Sueños de Hogar de Inversión social
- Lidera y Gestiona el Programa de Relacionamiento Comunitario (RECSO)
- Consolida el registro de solicitudes y supervisa el cumplimiento de procedimientos y normativas internas relativas a la política de donaciones.

Jefe de Medioambiente

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

Jefa de Cumplimiento

- Gestiona el levantamiento, confección y seguimiento de matrices de riesgo, junto con la identificación de controles y planes de acción, respecto de distintas áreas de la compañía (Libre Competencia, Derechos del Consumidor y Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, entre otros).



- Coordina y gestiona el sistema que permite que los programas y políticas de cumplimiento se ajusten a la legislación vigente.
- Desarrolla los elementos normativos, comunicación, ejecución y control de los programas de cumplimiento, y gestiona la certificación del Modelo de Prevención de Delitos de la compañía.

Medición: Index de Sostenibilidad (2-12; 2-18; 2-23; 3-3)

Para integrar la sostenibilidad de forma estratégica, realizando una gestión transversal bajo un enfoque 360, Sodimac utiliza un instrumento (Index) diseñado por el Centro Vincular de la PUCV. Sus resultados integran el sistema de incentivos de los gerentes y ejecutivos de primera línea de cada una de las operaciones, con metas anuales asociadas

a este indicador. Cada gerencia aporta al resultado final, generando un efecto movilizador concreto.

Con esta herramienta, la empresa evalúa su gestión interna tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- ✓ Mejores prácticas o procesos de empresas de clase mundial disponibles en diversas áreas, enmarcadas dentro de las expectativas que nacen de instrumentos normativos reconocidos internacionalmente y por el Estado de Chile. Estas iniciativas evolucionan con los cambios del entorno global.
- ✓ Una evaluación del nivel de integración de los temas materiales o estratégicos a la gestión de cada área, sobre la base de un ciclo de manejo que asegure que están siendo debidamente abordados por la empresa.

Premios y reconocimientos

En 2022, Sodimac recibió las siguientes distinciones:

- **1° lugar Retail y 11° a nivel general** en Ranking Merco Responsabilidad ESG, que reconoce a las empresas más responsables.
- **1° lugar Mejoramiento el Hogar y 13° ranking general** Merco de empresas con mejor reputación.
- **1° lugar Mejoramiento del Hogar** en estudio Chile 3D, desarrollado por GfK, sobre marcas y estilo de vida.
- **1° lugar retail Mejoramiento del Hogar** en estudio Marcas Ciudadanas de Cadem.
- **1° lugar retail Mejoramiento del Hogar** en estudio ICREO, elaborado por Almabrandts que reconoce a las marcas en las que más confían los chilenos.
- **2° lugar en ranking general y 1° en rubro retail** en estudio Total Brands 2022, elaborado por Criteria y BBK Group, que analizó la vigencia actual de las marcas (propuesta de valor, experiencia, identidad y propósito).
- **1° lugar Mejoramiento del Hogar** en Ranking Most Innovative Companies de ESE Business School Universidad de los Andes.
- **3° lugar en Ranking de Omnicanalidad** en Chile, categoría Hogar, Omnichannel Index Chile.
- **5° lugar del Ranking de los Mejores Lugares para Trabajar Mujeres y 8° lugar Mejores Empresas para Trabajar del país**, Great Place to Work.
- **15° lugar en Ranking de las Mejores Empresas** para Practicantes en Chile, FirstJob.
- **20° lugar en Ranking Merco Talento**, de empresas que mejor atraen y retienen el talento personal.
- Sodimac recibió el **Premio Mujer Construye** de Cámara Chilena de la Construcción y Fundación ChileMujeres, en la categoría Gran Empresa Rubro Construcción.
- **Fue reconocida como la marca más querida** en el Cyberday 2022, categoría Hogar, por la Cámara de Comercio de Santiago.
- **Ranking de Pagadores** que elaboran la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y la Bolsa de Productos de Chile **destacó a Sodimac como el mejor pagador a pymes** del sector comercio en el segundo, tercer y cuarto trimestre de 2022.





Gobierno Corporativo y Ética Empresarial



Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

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

Temas estratégicos

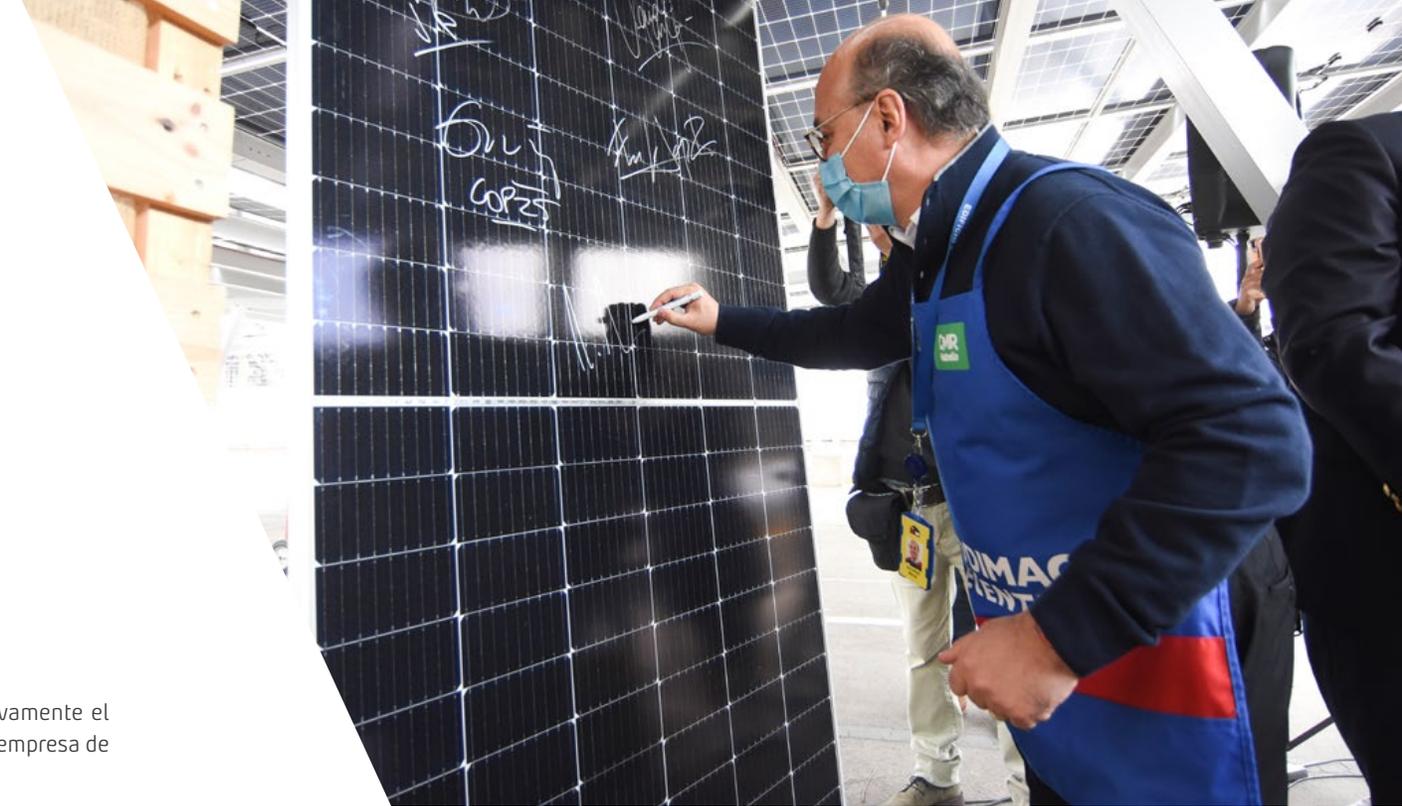
- Innovación y desarrollo
- Ética y anticorrupción
- Derechos humanos
- Transformación digital
- Protección de datos y ciberseguridad

Hitos

- La consultora BH Compliance certificó nuevamente el modelo de prevención implementado por la empresa de acuerdo a la Ley 20.393.
- La matriz de riesgos fue actualizada según las modificaciones legales introducidas a la Ley 20.393. Además, se incorporó el riesgo por cambio climático, dados los estudios que sitúan a Chile como uno de los países más vulnerables a sus efectos.
- Dentro del programa corporativo de Falabella, la compañía realizó una actualización de los riesgos y controles en materia de Derechos Humanos, mediante un proceso de Debida Diligencia que volvió a identificar los impactos de su actividad en los grupos de interés.
- A través de cursos online y presenciales, se continuó reforzando a los equipos en temas de libre competencia

y Ley N°20.393, destacando los programas “Mi Cliente” y “Datos Personales”.

- Al cierre de 2022, se triplicaron los indicadores de auditoría continua con respecto a fines del 2020, lo que permite una generación de alertas continuas oportunas de los riesgos operacionales y facilita poder auditar y corregir dichos procesos.



OBJETIVOS DE DESARROLLO



Liderazgo en Sodimac

Directorio

(2-9; 2-10; 2-11; 2-12; 2-13; 2-19; 405-1)

El gobierno corporativo de Sodimac se estructura a partir de un directorio de nueve miembros (cinco hombres y cuatro mujeres), sin suplentes, que ejercen el cargo por tres años desde la fecha de su elección por la Junta de Accionistas. Su nombramiento se comunica a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), tras lo cual, conforme a protocolos establecidos por la matriz, se someten a un proceso de inducción que incluye la política de sostenibilidad de la compañía. Por política interna, ningún director desempeña cargos administrativos en la empresa.

El directorio establece los lineamientos generales para la conducción de la compañía, vela por su cumplimiento y responde frente a los accionistas; supervisa el desempeño y la gestión en los diversos ámbitos del negocio, recibiendo reportes regulares del gerente general y el resto de los gerentes de primera línea, y, junto a los ejecutivos, se somete al modelo de sostenibilidad como herramienta estratégica, atendiendo e intentando responder oportunamente a todos los públicos de interés según los siguientes preceptos:

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

- » Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.
- » Principios del Global Reporting Initiative (GRI).
- » Compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- » Norma ISO 26000.
- » Las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

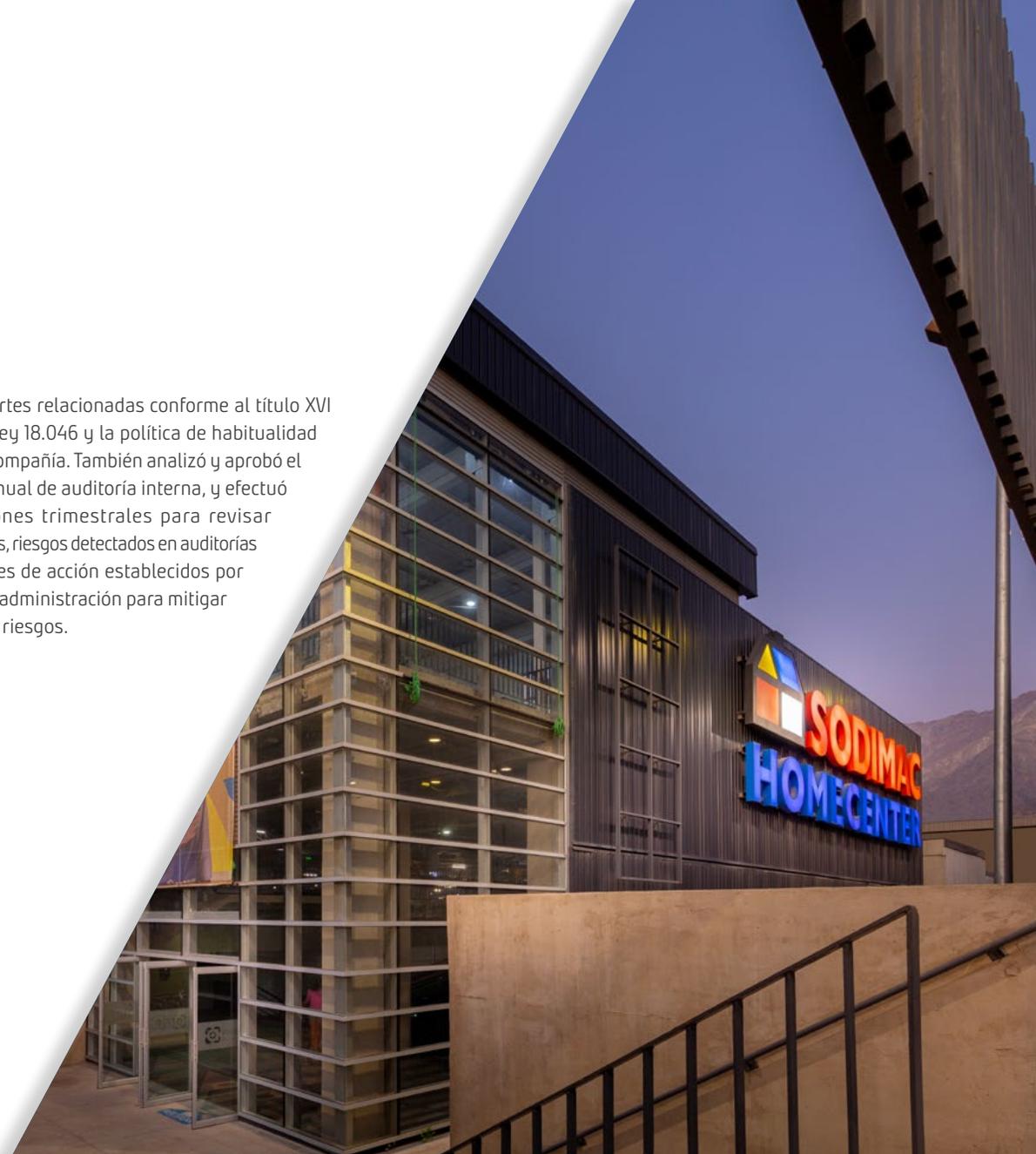
Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 14 de abril de 2022, se aprobó que los integrantes del Directorio perciban una dieta líquida mensual de UF 50. En el caso del presidente, el monto que asciende a UF 300 líquidas. Esta asignación se informa en la memoria financiera de la empresa, según la normativa dictada por la CMF.

Comisión de Auditoría

Parte importante del gobierno corporativo de Sodimac es la Comisión de Auditoría. Conformada por tres integrantes, en 2022 dicho rol recayó en Sandro Solari Donaggio, Jaime García Rioseco y Gonzalo Rojas Vildósola.

Durante el ejercicio, esta comisión revisó materias propias de su competencia, entre ellas, el examen de operaciones

con partes relacionadas conforme al título XVI de la Ley 18.046 y la política de habitualidad de la compañía. También analizó y aprobó el plan anual de auditoría interna, y efectuó reuniones trimestrales para revisar avances, riesgos detectados en auditorías y planes de acción establecidos por la alta administración para mitigar dichos riesgos.



Directorio

(Al 31 de diciembre de 2022)

(2-9; 2-11)



Juan Pablo del Río Goudie

PRESIDENTE
Arquitecto
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



Jaime García Rioseco

Economista
Rut: 5.894.661-3
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



Elizabeth Lehmann Cosoi

Ingeniera comercial
Rut: 11.625.647-9
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



Paola Cúneo Queirolo

Licenciada en Ciencias de la
Administración
Rut: 8.506.868-7
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



**Manuel Cristóbal Hurtado
Rourke**

Ingeniero Comercial
Rut: 13.038.050-6
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



Gonzalo Rojas Vildósola

Ingeniero Comercial
Rut: 6.179.689-4
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



Catalina del Río Silva

Ingeniera Comercial
Rut: 8.317.939-2
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



**María Cecilia Karlezi
Solari**

Empresaria
Rut: 7.005.097-8
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022



Sandro Solari Donaggio

Ingeniero Civil Industrial
Rut: 9.585.729-9
Fecha de nombramiento:
14 de abril de 2022

Equipo ejecutivo

(2-9; 2-13)

La plana ejecutiva de Sodimac es encabezada por el gerente general corporativo, a quien reportan los gerentes generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Sodimac México y Sodimac Perú. También lidera un Comité Ejecutivo Corporativo que se reúne semanalmente.

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

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



Comité Ejecutivo Corporativo

(Al 31 de diciembre de 2022)

Comité Ejecutivo Corporativo para el negocio de mejoramiento del hogar de Falabella S.A., en virtud del contrato con Falabella S.A. de otorgamiento de franquicia para el uso de su Sistema Retail y Marcas:



Alejandro Arze Safian

Gerente General
Corporativo Mejoramiento
del Hogar
Ingeniero Comercial
Rut: 12.232.048-0
Fecha nombramiento:
15 de marzo de 2020



Fernando Valenzuela del Río

Gerente Contralor
Corporativo
Ingeniero Comercial
Rut: 9.571.294-0
Fecha nombramiento:
1 de marzo de 2020



Francisco Torres Larraín

Gerente Corporativo
Comercial
y de Marketing
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 7.006.016-7
Fecha nombramiento:
1 de agosto de 2006



Juan Manuel Borgoño García

Gerente Corporativo de
Retail Digital (Interino)
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 15.097.462-3
Fecha de nombramiento:
1 de septiembre de 2022



Mariasol Soto Becerra

Gerenta Corporativa de
Operaciones
Bachelor de Administración
de Negocios
DNI: 40705743
Fecha de nombramiento:
1 de marzo de 2021



Sandro Norberto Do Nascimento

Gerente Corporativo de
Cadena de Abastecimiento
Economista
Rut (Transitorio):
48.221.232-8
Fecha nombramiento:
1 de septiembre de 2022



Fabio De Petris Duarte

Gerente Corporativo de
Finanzas y Desarrollo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 15.325.237-8
Fecha nombramiento:
1 de septiembre de 2018



Ershad Assefi

Gerente Corporativo de
Sistemas
Ingeniero en computación
y desarrollo de software
DNI: 18831392
Fecha de nombramiento:
1 de diciembre de 2021



Andrea Carvallo Montes

Gerenta Corporativa
de Personas
Ingeniera comercial
RUT: 10.321.899-3
Fecha de nombramiento:
1 de marzo de 2021

Comité Ejecutivo de Sodimac Chile

(Al 31 de diciembre de 2022)

(2-9; 2-12; 2-13)

Supervisa el desempeño económico, social y medioambiental de la empresa en Chile. Realiza una reunión semanal de seguimiento y trimestralmente evalúa la planificación estratégica, informando los resultados de cada unidad al gerente general, quien luego los comunica al directorio. Paralelamente, mantiene canales de diálogo con los trabajadores a través de sus representantes, dando curso al directorio de sus inquietudes o recomendaciones.



Eduardo Mizón Friedemann

Gerente General
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 9.586.083-4
Fecha nombramiento:
1 de agosto de 2006



Claudia Castro Hruska

Gerente de Personas
Ingeniera Comercial
Rut: 9.122.599-9
Fecha nombramiento:
1 de octubre de 2014



Juan Carlos Corvalán Reyes

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



Francisca Núñez Regauer

Gerente de Administración,
Control de Gestión,
Desarrollo y Proyectos
Ingeniera civil industrial
Rut: 16.478.370-7
Fecha nombramiento:
1 de marzo de 2022



Cristián Andrés Huidobro Alarcón

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



Mariano Ariel Imberga

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



Ignacio Monteverde

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



Francisco Javier Pirozzi Jabat

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

Movilizando a los líderes

(2-19)

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

La plana gerencial de Sodimac S.A. y filiales, compuesta por gerentes de comité ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios, recibió durante 2022 remuneraciones e incentivos que alcanzaron M \$30.949.852, mientras que en 2021 esta cifra sumó M\$30.868.995. En tanto, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos ascendieron a M\$602.651 en 2022 y a M\$784.500 en 2021.

Más información en la Memoria Financiera de la empresa (sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/memoria).



Ética y Derechos Humanos

(2-23; 2-26; 3-3; 205-2)

Programa de Integridad de Sodimac

Marco ético

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

Frente a un eventual impacto de sus decisiones en los Derechos Humanos (DD.HH.) de sus principales públicos de interés, la compañía tiene los siguientes protocolos de mitigación, prevención y remediación:

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

Programa de Integridad Corporativo

(2-25)

Sodimac definió un Programa de Integridad Corporativo que previene, identifica y aborda situaciones que puedan transgredir los valores corporativos, previniendo fraudes, conflictos de interés y abusos de poder, entre otras conductas. También incorpora las variables contempladas por la Ley 20.393, sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas, en caso de soborno nacional e internacional, lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y receptación.

La compañía también cuenta con una plataforma web y un canal de contacto directo para denuncias y consultas, garantizando una adecuada investigación de cada hecho denunciado, su registro y puesta en conocimiento de los resultados, así como la confidencialidad del emisor. Cuenta con representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía, incluyendo al Directorio.



CÓDIGO DE ÉTICA



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

ESTRUCTURA DE APOYO

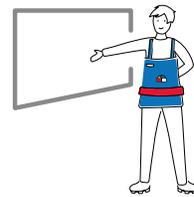
PLATAFORMA DE INTEGRIDAD
para trabajadores y proveedores



www.eticaccion.cl

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

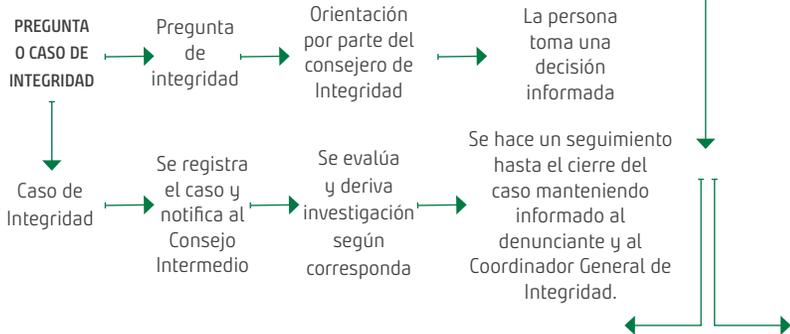
SOCIALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN



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

Trabajadores

¿CÓMO FUNCIONA NUESTRA ESTRUCTURA DE APOYO A LA INTEGRIDAD?



Proveedores

TRANSPARENCIA COMERCIAL SODIMAC



Canal de Integridad

(406-1)

Los trabajadores y cualquier otro grupo de interés de la empresa pueden formular denuncias o consultas sobre temas de probidad a través de un Canal de Integridad. La herramienta se encuentra operativa las 24 horas, siendo gestionada por una entidad externa para reforzar la imparcialidad, objetividad y confidencialidad del proceso.

En 2022, esta plataforma web recibió 410 contactos (consultas y denuncias). Los temas denunciados fueron acoso laboral, acoso sexual, comportamiento inapropiado, conflictos de intereses, infracciones a la normativa interna de regalos e invitaciones y discriminación, entre otros.

Las consultas o denuncias se clasifican en "éticas" y "no éticas". En el marco de las primeras, se presentaron 272 denuncias en 2022; de ellas, 61 se encuentran cerradas arrojando el resultado de "no aprobados", mientras que 45 fueron acreditadas.

A raíz de las investigaciones realizadas tras las diferentes denuncias éticas, se decidió desvincular a 3 trabajadores de la empresa.

Nº Contactos Canal de Integridad	2020	2021	2022
Total	495	453	410

Año 2022	Cantidad	Abiertas	Cerradas	Con medidas adoptadas
Consultas	23	0	23	N/A
Denuncias	272	87	185	45
Total	295	295		45

Fuente: Sodimac.

Medidas adoptadas por situaciones de integridad (205-3)

Temas Denunciados 2022	Desvinculación	Retroalimentación	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Plan de trabajo	Capacitación	Traslado	Declaración del conflicto	Administración del conflicto
Acoso laboral	0	4	2	0	4	0	0	0	0
Comportamiento inapropiado	0	9	7	0	3	0	3	0	0
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Conflicto de interés	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Discriminación	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Faltas a la verdad	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fraude interno	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infracciones a la normativa interna	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Temas laborales con connotación ética	0	0	1	0	1	0	1	0	0
Uso incorrecto de los bienes de la compañía	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Acoso sexual	3	0	3	0	0	0	4	0	0
Violación de confidencialidad.	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Total	3	14	15	0	9	0	8	0	0

Fuente: Sodimac.

El equipo de asistentes sociales de la empresa está habilitado para cumplir el rol de Consejeros de Integridad, asesorando y canalizando las inquietudes de todo trabajador de Sodimac que le haga llegar directamente una denuncia ética. Este sistema garantiza una apropiada investigación y solución de cada caso, y la plena confidencialidad del emisor.

Cabe destacar que cada dos años se aplica una encuesta que permite conocer la percepción de los trabajadores sobre la cultura de integridad al interior de la organización y la efectividad de los esfuerzos desarrollados, que mide elementos como la participación en capacitaciones sobre ética, el conocimiento de los valores corporativos y de instrumentos como el canal de denuncias. Los resultados se utilizan en el proceso de mejora continua.

Debida Diligencia en Derechos Humanos (DD.HH.)

(2-12; 412-1)

A lo largo de 2022, Sodimac continuó reforzando su compromiso con los DD.HH., llevando a cabo una gestión de sus riesgos e impactos alineada con el programa corporativo de Falabella en esa materia.

Lo anterior incluyó una actualización de los riesgos y controles mediante un proceso de Debida Diligencia, en el cual se volvieron a identificar aquellos riesgos e impactos que la actividad de la empresa pueda causar entre sus grupos de interés.

Este proceso incluyó 46 entrevistas con gerentes y colaboradores, representantes de trabajadores, empresas externas y empresas de transporte, entre otros.

También se mantuvo la colaboración con iniciativas de mejora continua en Debida Diligencia que se realizan en el país, fundamentalmente a través de la participación en Red Pacto Global Chile, en cuyo directorio participa el Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento de la compañía. La promoción del respeto de los DD.HH. fue también parte de la agenda del año, aprovechando el Día Internacional de los Derechos Humanos para desarrollar diversas campañas de comunicación y difusión interna. Adicionalmente, durante el mes de junio se realizó la "Semana de Derechos Humanos", la cual contó con un conversatorio relativo a Derechos Humanos y Conducta Empresarial Responsable, y comunicados referentes a los Principios Rectores, entre otros.

Gestión de riesgos y cumplimiento

(2-12; 2-23; 205-1; 205-2)

Sistema de gestión de riesgos

La compañía ha desarrollado un modelo de gestión destinado a identificar los riesgos de diversa naturaleza que pueden comprometer sus objetivos de negocio y la relación con los grupos de interés. El sistema evalúa la probabilidad de que éstos ocurran, el probable impacto interno y los mecanismos de control y responsabilidades para prevenirlos y/o mitigarlos.

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

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

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

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

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

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

Riesgo por cambio climático

Durante el año, la matriz de riesgos fue actualizada de acuerdo con las modificaciones legales introducidas a la Ley 20.393. Lo anterior, a través de un trabajo interdisciplinario con las distintas áreas involucradas.

De igual manera, considerando que diversos estudios sitúan a Chile entre los países más vulnerables a los efectos del cambio climático, Sodimac decidió incorporar los riesgos asociados a dicho contexto en su matriz, una iniciativa acorde, además, con los esfuerzos de la empresa por desarrollar una operación sostenible.

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

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

Formando en temas de cumplimiento

(206-1)

Sodimac continuó fortaleciendo los esfuerzos en formación interna en temas de libre competencia, integridad corporativa, derechos de los consumidores y Ley N°20.393, a través de cursos online y presenciales dirigidos al público objetivo determinado por la empresa. Destaca el trabajo de capacitación llevado a cabo a través de los programas “Mi Cliente” y “Datos Personales”, abordando materias de derechos del consumidor y protección de datos personales, respectivamente. También se dictaron cursos de libre competencia obligatorios para todos los trabajadores que participen en asociaciones gremiales y otros cargos expuestos, y sobre medioambiente a los distintos cargos expuestos.

En esta misma línea, este año no se presentaron acciones jurídicas en contra de Sodimac relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

Política de Conflictos de Interés

(2-15)

Sodimac cuenta con una Política de Gestión de Conflicto de Intereses aprobada por el directorio que establece los principios y criterios para la efectiva declaración de intereses y la gestión de los conflictos de intereses. Los directores y ejecutivos de primera y segunda línea deben completar y/o actualizar, al menos una vez al año, el formulario de Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas que se encuentra en el Sistema de Registro, siendo de su responsabilidad informar acerca de cualquier cambio que se produzca. Adicionalmente, todos los trabajadores deben informar, tan pronto llegue a su conocimiento y a través del Sistema de Registro, cuando surja un potencial conflicto de interés en una operación en particular, incluso si la relación había sido declarada previamente.

Acciones en materia de cumplimiento

En 2022, la consultora BH Compliance -entidad autorizada por la CMF- certificó nuevamente la implementación, administración y supervisión por parte de Sodimac del modelo orientado a prevenir internamente las infracciones señaladas por la Ley 20.393. En esta materia, la compañía ha ido incorporando protocolos para abordar los nuevos delitos que contempla la normativa, entre ellos, control de armas, trata de personas, delitos informáticos y sustracción de madera.

Durante el año también se brindó entrenamiento especial a los trabajadores de las áreas expuestas a un mayor riesgo de corrupción, impartiendo pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones, las que fueron elaboradas en conjunto con el equipo de gobernanza del grupo Falabella. Estas capacitaciones de probidad alcanzaron a 460 personas en el ejercicio.

Prevención de pérdidas y auditoría interna

La Gerencia de Contraloría desarrolla un plan de auditorías internas que considera todos los riesgos del negocio, priorizando los procesos que tienen mayor vulnerabilidad. Se aplica un modelo de auditoría continua, empleando el sistema computacional “Panel de Control Remoto”, que permite detectar tempranamente cualquier desviación en procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. El mecanismo también opera con otras áreas, entre ellas, venta empresas, finanzas, tesorería, prevención de pérdidas y operaciones.

Se trabaja con un sistema denominado “Audistock”, el cual permite generar alertas tempranas del control diario de inventarios. Durante el año, se aumentaron los procesos auditados, incorporando mayores indicadores con respecto a fines del 2020, lo que permite una generación de alertas continuas oportunas de los riesgos operacionales del

negocio y facilita poder auditar y corregir dichos procesos. Tras las revisiones, se entrega a la alta dirección un informe con conclusiones y recomendaciones para cada caso, haciendo un seguimiento periódico hasta resolver la situación levantada. Auditoría interna reporta las situaciones de interés, a los menos, trimestralmente a la comisión de auditoría (anterior comité de directores), y se reúne con mayor frecuencia con el presidente del comité.

Sodimac tiene un modelo activo de participación en el ecosistema Falabella, por lo cual se auditan de manera preventiva los distintos procesos asociados, tales como digital, logística y normativo-financiero, entre otros.

Asimismo, la empresa revisa y audita los modelos preventivos de ley 20.393 y así verifica que estos sean efectivos y cuenten con las debidas capacitaciones y controles operacionales implementados.

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

En 2022, se efectuaron 254 auditorías planificadas y no planificadas, y 2.555 auditorías remotas, basadas en un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas filiales y oficinas centrales.

N° Unidades Auditables	2020	2021	2022
Tiendas	72	78	74
Bodegas	30	28	30
Filiales (*)	3	3	3
Oficina de Apoyo	173	173	173
Total	278	282	280

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

Fuente: Sodimac.



Nuestros trabajadores

 **SODIMAC**®

Nuestros trabajadores

Sodimac aplica un proceso de mejoramiento continuo orientado a atraer, formar y retener talento, procurando potenciar el desarrollo laboral y calidad de vida de sus trabajadores, velando por su salud y seguridad bajo un marco de relacionamiento fluido y transparente.

Temas estratégicos

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

Hitos

- La salud mental fue una prioridad, asumida, entre otras iniciativas, a través del programa "Mejorando" para proveer atención psicológica a los trabajadores; actividades de psicoeducación; con el asistente virtual Mhaite para dar acompañamiento psicológico y con charlas y talleres sobre estrategias herramientas de autocuidado.
- La empresa implementó un nuevo ATS (AIRA) para la atracción de talentos.
- En 2022, se realizaron 504.448 horas de capacitación, impactando a 14.067 trabajadores.
- GPTW situó a Sodimac en la 5ª ubicación entre los "Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres".
- Se desarrolló el primer programa interno de mentorías "Vamos por más: mujeres líderes".



OBJETIVOS DE DESARROLLO



Gestión de talento y desarrollo integral

En el ámbito de la Atracción de Talentos, la empresa implementó un nuevo ATS (AIRA), permitiendo administrar de mejor manera los procesos de búsqueda, contar con una mejor comunicación entre quienes participan en ellos y generar mayor visibilidad (interna y externa) de las oportunidades laborales existentes en Sodimac y el grupo Falabella, promoviendo al mismo tiempo el desarrollo de carrera de los trabajadores.

También se pusieron en marcha los programas Crece y Jóvenes Profesionales, iniciativas regionales que buscan seleccionar y desarrollar a profesionales y a talento joven.

Selección: Énfasis en la mano de obra local

(202-2)

Sodimac recluta sus trabajadores privilegiando a residentes en zonas cercanas a las tiendas o centros de distribución. Con ello busca contribuir a su calidad de vida y brindar oportunidades a las comunidades vecinas. Para cargos gerenciales se emplean principalmente promociones

y concursos internos, dado el tipo de funciones y la experiencia exigida.

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

Nuevas contrataciones (401-1)

Tipo de cargo	Nuevas contrataciones					
	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	6	5	11	4	9	7
Profesionales y técnicos	75	48	161	148	602	741
Otros colaboradores	679	560	1.877	1.260	132	185
Total hombres/mujeres	760	613	2.049	1.412	743	933
Total	1.373		3.461		1.676	



Formación y Capacitación

(404-1)

La empresa diseña programas de capacitación y promoción afines a los intereses, conocimientos y competencias de sus trabajadores. Para tal fin, existen distintos mecanismos de formación que potencian una cultura de aprendizaje continuo, autoaprendizaje, y al uso de las herramientas digitales actualmente disponibles.

En 2022, se puso énfasis en la implementación de un nuevo programa de Salud Mental para los trabajadores de la empresa. Diseñado con un enfoque multisistémico, a lo largo del año se contabilizaron 26.740 horas de capacitación en esta materia, alcanzando a 1.642 empleados. Otra prioridad fue el fomento de la diversidad e inclusión, a través de cápsulas y un curso en formato E-learning que llegó a un público objetivo de 2.893 trabajadores, con 22.079 horas de formación.

Al cierre del ejercicio, se destinó un total de 576.659 horas a capacitaciones, tanto en formato presencial como e-learning, impactando a 15.741 trabajadores.

Horas de capacitación compañía

Año	N° trabajadores	Horas utilizadas
2020	6.547	108.334
2021	13.531	379.105
2022	15.741	576.659

Fuente: Sodimac.

Horas de Capacitación por cargo	2020			2021			2022		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	6.036	1.881	4.155	13.009	3.633	9.376	15.702	5.338	10.364
Profesionales y técnicos	33.573	17.737	15.835	99.139	47.498	51.641	140.301	64.459	75.842
Otros colaboradores	68.725	30.963	37.762	266.957	102.988	163.969	420.656	177.719	242.937
Total	108.334	50.581	57.752	379.105	154.119	224.986	576.659	247.516	329.143

Fuente: Sodimac.

Capacitación por género y cargo	2020			2021			2022		
	N° Trabajadores	N° Mujeres	N° Hombres	N° Trabajadores	N° Mujeres	N° Hombres	N° Trabajadores	N° Mujeres	N° Hombres
Gerentes y subgerentes	480	115	365	408	111	297	388	116	272
Profesionales y técnicos	2.600	1.216	1.384	2.785	1.338	1.447	3.827	1.740	2.087
Otros colaboradores	3.467	1.452	2.015	10.338	4.252	6.086	11.526	4.765	6.761
Total	6.547	2.783	3.764	13.531	5.701	7.830	15.741	6.621	9.120

Fuente: Sodimac.

Traineemac: entre las OTEC que más trabajadores forma en Chile

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

Cabe señalar que, según los registros del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence), Traineemac cada año se sitúa entre las tres OTEC que más trabajadores capacitan en el país, ubicándose incluso en el primer lugar de dicho ranking.

Escuela de Excelencia Sodimac

Dependiente de la Gerencia de Personas, la Escuela de Excelencia Sodimac tiene la función de formar profesionales integrales del retail, con mallas curriculares enfocadas en materias de largo plazo y que, en definitiva, permitan un desarrollo laboral. Destacan los programas en gestión de proyectos, atención a clientes, venta de proyectos, gestión comercial en el piso de venta, productos, trabajo en equipo y legislación laboral.

Los trabajadores de la empresa también tienen a su disposición sobre 65.000 cursos con contenidos específicos para las necesidades del negocio, impartidos por la plataforma online Udemy.

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

Desarrollo Profesional

(404-2)

Planes de sucesión

Tras una pausa obligada por la pandemia de COVID-19, en 2022 se reactivó el Plan de Sucesión y el Programa Semillero. Su objetivo es reforzar el desarrollo de carrera de la dotación identificando, midiendo y ampliando las competencias laborales de personas con potencial para asumir cargos de mayor responsabilidad en tiendas cuando se abran procesos de búsqueda para cargos clave.

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

Como resultado del Plan Sucesión y Plan Semillero, se concretaron un total de 38 ascensos en 2022 (22 hombres y 16 mujeres): 8 de Jefaturas a Subgerentes, 2 de Subgerentes a Gerentes y 28 de Jefe Trainee de Ventas, formados en el Plan semillero, a Jefe de Departamento de Ventas en Tiendas. Además, durante el 2022, 9 colaboradores iniciaron su entrenamiento como Jefe Trainee de Ventas.

Concursos internos

La empresa brinda la oportunidad a sus trabajadores de ascender dentro de la organización a través de concursos internos, dando también la posibilidad de postular a un cargo en otra tienda o instalación. Las vacantes están

abiertas para todo empleado que no figure en el Plan de Sucesión o el Programa Semillero. En 2022 se realizaron 901 concursos internos en todo Chile, con 328 seleccionados que tomaron nuevas posiciones en la compañía.

Estos procesos no excluyen la existencia de concursos externos cuando se los requiera. De hecho, en el ejercicio se realizaron 1.181 de estos procesos.

Año	Concursos internos
2020	296
2021	1.568
2022	901

Fuente: Sodimac.

Evaluaciones de desempeño

(404-3)

La Evaluación de Desempeño es un proceso anual en el que participa todo empleado con al menos tres meses trabajando en Sodimac. Desde 2020 se utiliza un procedimiento estándar a nivel regional, con una única plataforma que mide iguales competencias a todas las unidades, generando condiciones que permiten promover la movilidad interna entre negocios y países de manera equitativa.

En 2022, la cobertura alcanzó a un 99,99% del total de trabajadores, equivalente a 12.002 personas (59,49% hombres y 40,51% mujeres).

Para la plana ejecutiva, la empresa aplica procesos de Evaluación 360, abarcando a 163 personas en el año (122 hombres y 41 mujeres).

Evaluación de desempeño Trabajadores evaluados			
Año	Mujeres	Hombres	Total
2020	6.106	9.251	15.357
2021	4.225	6.752	10.977*
2022	4.862	7.140	12.002

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

Fuente: Sodimac.

Compensaciones

(202-1)

La política salarial de Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con un sueldo de entrada

igual o superior al mínimo legal oficial. Para fomentar la empleabilidad de jóvenes y la formación de profesionales del retail, la empresa emplea a menores de 30 años, en un alto porcentaje recién egresados de educación media, sin capacitación ni estudios superiores, siendo esta su primera experiencia laboral.

Año	Salario mínimo país (\$)	Salario inicial Sodimac (\$)	Relación Sodimac vs país
2020	301.000	450.246	1,50
2021	337.000	504.096	1,50
2022	400.000	598.333	1,50



Cultura, clima laboral y calidad de vida

Durante 2022 se continuó reforzando, con diferentes acciones, el Sistema de Integridad corporativa y su plataforma, como un canal de escucha, promoviendo, además, los valores y principios éticos dentro de la Compañía.

El clima laboral se gestiona bajo una mirada de responsabilidad compartida entre el equipo de Clima y Cultura, los gerentes, equipos de Recursos Humanos y todos los trabajadores. Con los resultados de las encuestas de clima y cultura que se realizaron en 2022: GPTW y la encuesta específica del grupo, se escogieron “focos” para apoyarlos específicamente a mejorar su clima laboral.

De esta manera, el año 2022 se realizaron un total de 82 conversatorios de profundización en que participaron un total de 565 trabajadores. Se acompañó a equipos de los tres mundos de Sodimac: tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo. Estos conversatorios son dirigidos por psicólogos de la compañía, en los que se recaba información cualitativa para entender las realidades particulares de cada equipo que se asesora. Luego de ello, se cuenta con bastante información para poder realizar planes de acción específicos para cada área, que les permita mejorar el clima laboral.



Mejor empresa de retail hogar para trabajar

Sodimac anualmente aplica la herramienta de medición de clima Great Place to Work (GPTW). El desafío es lograr una alta tasa de participación por parte de la dotación, recogiendo indicadores concretos que ayuden a identificar la situación de los equipos de trabajo en diferentes dimensiones. Un 82% de los trabajadores participó en la última medición. Una vez presentados los resultados y analizada la realidad de cada área, se ejecutan acciones destinadas a brindar asesoría en detalle y acompañamiento a las jefaturas con el fin de alcanzar mejoras en el clima interno.

La compañía se posicionó en el lugar número 8 entre los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile 2022”, categoría organizaciones con más de 1.000 colaboradores, ocupando nuevamente el primer lugar entre las empresas del rubro retail hogar. Además, se situó en la quinta ubicación en el caso de los “Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres 2022”, corroborando el compromiso corporativo con los ambientes laborales equitativos.

Programa de Voluntariado Corporativo Sodimac

Sodimac tiene más de 4.000 trabajadores inscritos en su programa de voluntariado. Durante 2022, estos voluntarios brindaron apoyo en la ejecución de 84 proyectos en comunidades vulnerables para mejorar la calidad de vida de casi 50 mil personas y 70 compañeros de trabajo se beneficiaron con el Programa Nuestra Casa Contigo. En el año, participaron 1.323 trabajadores en voluntariado, utilizando 4.512 horas.

Asimismo, su aporte fue clave en la ejecución de las acciones corporativas impulsadas en ayuda a las familias afectadas por incendios y otras catástrofes en el curso del año.

Desde su nacimiento hace 16 años, “Constructores de Sueños” se ha transformado en una de las iniciativas de impacto social y voluntariado corporativo más importantes de Chile, acogiendo a la vez a la comunidad de voluntarios más grande del país,



quienes una vez al año se reúnen en un “Encuentro de Voluntarios”, donde comparten experiencias.

Calidad de vida

(401-2)

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

Una herramienta relevante para el éxito de estas iniciativas es Workplace, principal espacio virtual de comunicación que permite a todos los equipos de la empresa estar informados, ponerse en contacto con otros empleados de la compañía y generar comunidad.

Difusión del propósito compartido

Conforme al propósito corporativo para todas las empresas del grupo Falabella sintetizado en la frase "Simplificar y disfrutar más la vida", que apunta a generar estructuras y procesos laborales más ágiles y flexibles, en 2022 la empresa impulsó la campaña comunicacional "Ruta del propósito". Desarrollada en tiendas y centros de distribución y a cargo del equipo de Comunicaciones, Cultura y Clima, a su alero se llevaron a cabo 108 reuniones en 26 lugares de trabajo, impactando a un total de 1.301 trabajadores. Como resultado, las mediciones sobre el grado de conocimiento del propósito entre la dotación mostraron un salto desde un 13 % en abril, a 56% en octubre.

Escuchando a los trabajadores

Adicional a la plataforma Workplace, la empresa habilitó la instancia de conversatorios virtuales "Aquí Estoy". Por su intermedio, el gerente general y los gerentes de Operaciones y de Cadena de Abastecimiento se juntan con distintos grupos de trabajadores para que, en un espacio de confianza, pueden contar experiencias, aclarar dudas y/o sugerir mejoras. En 2022, este canal de diálogo tuvo lugar en la cadena de abastecimiento, con un conversatorio mensual y la participación de 145 trabajadores.

Otra herramienta de escucha a los trabajadores y que fue creada durante el 2022, es la "Encuesta de Cultura", que mide la percepción de dimensiones de compromiso y bienestar, identificación con la empresa, entre otras. Los resultados son revisados directamente por cada jefe con su equipo de trabajo, de manera de evaluar planes de acción donde exista mayor oportunidad de mejora.



Foco 2022: salud mental

(403-6)

Un aspecto central durante 2022 fue la salud mental de los trabajadores, considerando los efectos adversos que causó la pandemia en ese sentido. Las acciones para abordar la problemática incluyeron la implementación del programa "Mejorando", a través del cual se provee a la dotación con atenciones psicológicas, actividades de psicoeducación e iniciativas de prevención y cuidado de la salud mental.

También se puso a disposición de los trabajadores la asistente virtual Mhaite, una herramienta de apoyo psicológico que ofrece acompañamiento y contacto directo a través de un chatbot.

Por otro lado, durante todo el año se dictaron charlas y talleres dirigidos a trabajadores y sus familias, destinados a entregar herramientas prácticas para promover el autocuidado. Además, se realizaron jornadas dirigidas a líderes y formación de monitores de apoyo SOS con el propósito de difundir mecanismos que permitan generar espacios mentalmente saludables y ayudar a la contención frente a situaciones críticas en el espacio laboral.

Por último, aprovechando el seguro complementario de salud, se ofrecieron atenciones psicológicas online gratuitas, y se suscribieron convenios con universidades que ofrecen valores preferenciales en atenciones psicológicas.

Principales programas

Orientación y apoyo social

El equipo de asistentes sociales de la empresa a nivel nacional brinda acompañamiento, orientación y apoyo a las diferentes necesidades que presenten los trabajadores y sus familias, incluyendo seguimiento y evaluación.

Durante el 2022 se apoyó a 73 trabajadores con aportes desde el fondo de Bienestar, destinando \$20.990.970 para apoyar los casos sociales.

Programa de Vivienda

La empresa respalda a los trabajadores que buscan materializar el sueño de la casa propia, ofreciendo asesoría y orientación sobre los beneficios estatales para obtener una vivienda durante las postulaciones a subsidios habitacionales. También presta apoyo financiero, ayuda que en 2022 se tradujo en préstamos para facilitar este proceso a 29 personas.

Además, a través del programa "Nuestra Casa Contigo", Sodimac aporta recursos económicos para proyectos de mejoramiento de viviendas de trabajadores en situación de vulnerabilidad, en tanto que maestros y trabajadores inscritos en programas de voluntariado corporativo

suman mano de obra. En 2022, esta iniciativa benefició a 70 postulantes que cumplieron con los requisitos, concretándose 96 proyectos.

Programa de Salud (403-6)

Sodimac brinda orientación a través de sus asistentes sociales sobre un uso correcto de los planes de salud y beneficios asociados. Existen dos convenios colectivos, a través de los cuales pueden optar a planes exclusivos o con precios preferenciales en relación a su valor de mercado. A esto se suma un seguro complementario de salud, dental y catastrófico con la compañía de seguros Chilena Consolidada, que es cofinanciado entre la empresa y el trabajador, e incluye a sus cargas. Al cierre del reporte, 13.554 trabajadores titulares y 9.579 cargas se beneficiaban de este seguro.

Durante el 2022 se desarrollaron en todas las tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo 75 actividades enmarcadas en el cuidado de la salud mental.

Se realizaron 30 preventivos de salud en diferentes lugares de trabajo a nivel nacional, como preventivos nutricionales y exámenes de medicina preventivo del adulto (EMPA). También, se realizó la campaña anual contra la influenza, donde se ofreció bonificar el 100% del costo de la vacuna para trabajadores y sus cargas vigentes en el seguro.

Seguro de vida

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

Programa de Deportes

La empresa incentiva actividades que fortalezcan la salud física y mental, una sana convivencia laboral, el clima interno y la estabilidad emocional. En tal sentido, en 2022 se organizaron torneos de futbolito, tenis de mesa y pádel, salidas de trekking y sesiones de yoga.

Actividades deportivas online	2021	2022
Cápsulas pausas activas y rutinas de entrenamiento	128	58
Clases en línea	413	121

Fuente: Sodimac.

Programa de Flexibilidad Laboral

Sodimac busca ayudar a compatibilizar la vida personal con la laboral aplicando lineamientos basados en tres pilares:

- Flexibilidad horaria: El trabajador que no está en la operación de tiendas y centros de distribución puede optar por tres alternativas, eligiendo el horario que más le acomode, siempre que sea compatible con sus funciones.

- Lugar de trabajo: Permite escoger la modalidad de trabajo a distancia, siempre que el cargo y las herramientas necesarias para sus labores así lo permitan.
- Tiempo libre: Da la posibilidad de solicitar permisos sin goce de sueldo para usarlos según la necesidad mediante las siguientes modalidades: dos bloques de cinco días hábiles, o un permiso de hasta tres meses.

Otro beneficio con igual orientación es el programa "Más Días Libres". Considera tres opciones:

- Días Libres: El trabajador cuenta con hasta cinco días de libre disposición anuales, con derecho a remuneración, continuos o por separado, previa coordinación con la jefatura directa.
- Día de Cumpleaños: El trabajador puede tomarse todo el día libre para celebrar su cumpleaños, con goce de sueldo.
- Celebraciones de fin de año: El trabajador dispondrá de toda la tarde libre los días 24 y 31 de diciembre, aprovechando el cierre anticipado de todos los lugares de trabajo. Adicionalmente, podrá elegir entre la mañana del 24 o del 31 de diciembre para tenerla libre.

Principales Beneficios (M\$)	2020	2021	2022
Bono de vacaciones	4.705.966	4.520.790	5.743.870
Antigüedad y permanencia	1.081.460	981.068	1.391.664
Bono de asistencia	3.213.124	3.145.643	3.792.033
Aguinaldos	1.813.278	1.815.636	2.104.840
Sala cuna	712.924	489.445	595.128
Beneficios por traslados	3.626.411	4.734.093	4.593.309
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	1.069.434	877.239	1.017.702
Eventos corporativos	991.117	1.272.837	1.173.122
Casino y colación	10.020.807	9.892.430	13.470.094

Fuente: Sodimac.

Reconocimientos y otras actividades

La empresa continuó impulsando y desarrollando instancias de reconocimiento y camaradería que forman parte importante de la cultura de Sodimac. Algunas de ellas son:

- Ceremonia de Inicio de Año, instancia donde todos juntos damos el puntapié inicial, lo que permite estar más conectados y alineados con la estrategia y desafíos de la empresa.
- el Reconocimiento a la Excelencia Máxima, ceremonia donde se reconoce a quienes han sido seleccionados como los mejores trabajadores, tanto en desempeño como en actitud.

- Encuentro de Voluntarios, que congrega a todos los Capitanes de Voluntariado, Asistentes Sociales y a todos quienes movilizan a la comunidad de voluntarios, quienes prestan apoyo al Programa Construyendo Sueños de Hogar
- Celebración del aniversario N°70 de la empresa, generando espacios de recreación y camaradería en cada lugar de trabajo a lo largo de Chile.
- Reconocimientos a la Trayectoria, para todos quienes cumplen 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 y, por primera vez, 40 años ininterrumpidos de trabajo en Sodimac.
- Fiestas de Navidad, que se realizan en todo Chile, donde los trabajadores van a celebrar y disfrutar con sus hijos, quienes además reciben un regalo por parte de la empresa.
- Programa de Reconocimiento: que busca destacar y premiar a quienes generan un valor agregado en sus tareas. Esto con diferentes periodicidades: mensual y trimestral.



Diversidad, Equidad e inclusión

(405-1)

La inclusión y la prevención de cualquier tipo de discriminación forman parte fundamental de la cultura corporativa de Sodimac. Desde 2015, la empresa cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación e implementa un proceso de gestión planificado y sistemático, cuyo principal objetivo es desarrollar un lugar de trabajo sin exclusiones por factores distintos al aporte laboral.

En este sentido, Sodimac realiza una serie de iniciativas para avanzar en la inclusión laboral y el desarrollo laboral-profesional de personas en situación de discapacidad, equidad de género, interculturalidad, diversidad sexual, así como inclusión y reinserción social. Asimismo, la empresa promueve la interacción entre distintas generaciones al interior de la organización, valorando la contribución de los trabajadores de 60 años o más.

En lo que se refiere a la inclusión de personas en situación de discapacidad, el proceso comienza con el reclutamiento y selección. Sodimac cuenta con un proceso de selección inclusivo. Genera vacantes inclusivas y ajusta sus procesos de reclutamiento para que cualquier persona participe en igualdad de condiciones.

En el proceso de la inducción de quienes se incorporan a la empresa se contempla un módulo de diversidad e inclusión, de manera que todos estén alineados desde un comienzo con los principios corporativos y contemplen la diversidad en su gestión.

La Escuela de Excelencia de Sodimac imparte cursos internos para potenciar la diversidad y el respeto, y acompaña y capacita a los equipos.

Nuestros programas:

Equidad de género

(401-3; 405-2)

En Sodimac queremos consolidar una cultura que promueva activamente la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, por lo que durante el 2022 se aprobó la Política de Equidad de Género cuyos principios fundamentales son la igualdad de oportunidades, la no discriminación arbitraria y la conciliación entre trabajo y familia.

Durante el año, 12 trabajadoras fueron parte de los dos ciclos del programa de mentorías del grupo Falabella, ya sea como mentoras o mentees.

Y en paralelo, entre marzo y agosto se desarrolló el primer programa interno de mentorías "Vamos por más: mujeres líderes", en el que se formaron 10 mentores (principalmente gerentes) y al que se invitó a participar a 10 mentees de tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo. Durante cinco meses, ambos grupos trabajaron con profesores de la Universidad Adolfo Ibáñez para desarrollar sus habilidades de liderazgo y obtener nuevas herramientas.

Al cierre de 2022, el 43% de la dotación total de Sodimac Chile correspondía a mujeres, quienes ocupaban el 29% de las posiciones de gerentes y subgerentes, lo que significa un alza significativa respecto al año anterior, cuando ascendía a 27%. Del mismo modo, la incorporación total de mujeres a cargos ejecutivos (sumando los casos de movilidad interna con los ingresos externos), corresponden a 15 de un total de 23 casos, lo que corresponde a un 65%, muy superior al 31% observado en los mismos casos el año 2021.

Como una de las medidas constantes, se siguió promoviendo el protocolo contra la violencia de género, que constituye una herramienta concreta para prestar apoyo a las trabajadoras que así lo requieran.

Licencia Postnatal/Parental

	2020	2021	2022
Mujeres	256	202	573
Hombres	2	3	2

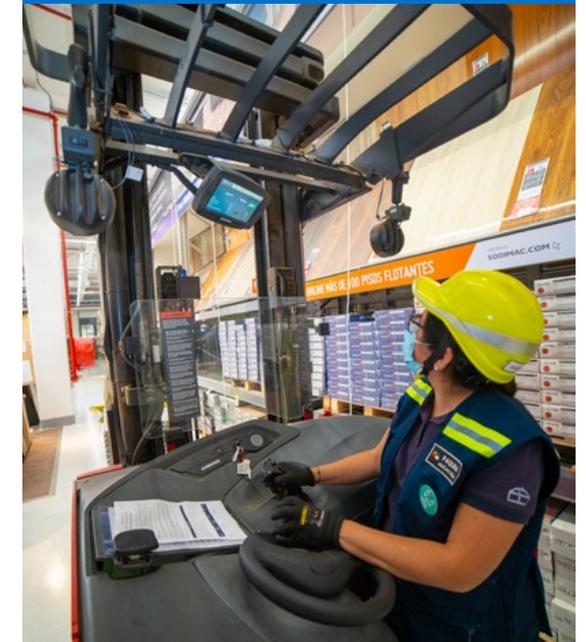
Fuente: Sodimac.

Tasa de Regreso al Trabajo	2020	2021	2022
Mujeres	82%	13%	71%
Hombres	100%	100%	100%

Fuente: Sodimac.

Premio Mujer Construye y GPTW para Mujeres

Este año se recibió el premio "Mujer Construye", otorgado por la Cámara Chilena de la Construcción, que destacó la labor de Sodimac en materia de equidad de género dentro de la categoría "Grandes empresas del rubro de la construcción". La empresa también fue reconocida como uno de los mejores lugares para trabajar para mujeres, al obtener el 5º lugar en GPTW de Mujeres.



Brecha salarial por género (405-2)

Cargo, responsabilidad o función	Proporción del sueldo bruto promedio de ejecutivas y trabajadoras respecto de ejecutivos y trabajadores
Gerentes y ejecutivos principales	88%
Profesionales y técnicos	100%
Trabajadores	99%

Personas en situación de discapacidad

Sodimac dispone de un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad que brinda condiciones para que todo individuo que presente algún tipo de inhabilidad pueda desempeñarse en condiciones de igualdad. Según su situación particular, la empresa se preocupa de que cada una de estas personas se sienta cómoda en su función y tenga las mismas posibilidades de desarrollo que cualquier otra. Complementariamente, las instalaciones cumplen con el criterio de accesibilidad universal.

El foco durante el periodo estuvo en capacitar a los equipos que son claves para un buen proceso de inclusión: por una parte, al equipo de Reclutamiento y Selección y también al de Asistentes Sociales y jefes de recursos humanos. En paralelo, la Gestora de Inclusión Laboral (rol que es exigido por la ley 21.275 desde noviembre de 2022), realizó una serie de charlas en terreno para concientizar a los equipos de jefaturas de tiendas y centros de distribución y levantar información sobre los ajustes razonables que requieren los trabajadores con discapacidad.

A principios de año, concluyó el proceso de “Formadores por la inclusión”, el que integró a un grupo de trabajadores de tiendas y centros de distribución a quienes se les entregaron herramientas para ser agentes de cambio en sus instalaciones, aportando así a generar espacios de trabajo más inclusivos.

Gracias al trabajo conjunto con Selección y Productividad, se ha mantenido el 1% exigido por la Ley 21.015. Al cierre de 2022, formaba parte de la dotación un total de 154 empleados con alguna discapacidad, lo que corresponde al 1,07% de la dotación y la empresa seguirá buscando nuevas formas de aumentar ese porcentaje, ya sea a través de nuevas acreditaciones o campañas internas de referidos, como mediante alianzas con distintas instituciones de intermediación laboral.

Además, en 2022 se participó activamente en ferias laborales inclusivas y jornadas organizadas por distintas fundaciones y/o empresas, presentando el modelo de inclusión.

Diversidad sexual

En materia de diversidad sexual, Sodimac obtuvo nuevamente la certificación de Human Rights Campaign, Fundación Iguales y Pride Connection, que la reconoce como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento LGBT+.

Adicionalmente, por segundo año consecutivo, fue empresa mentora en el programa de mentorías de Pride Connection, que busca acortar la curva de aprendizaje compartiendo buenas prácticas LGBT+ en las organizaciones.

También en enero, se relanzó la comunidad LGBT+ y Aliados en Workplace, logrando aumentar el número de integrantes de 23 a 316 al cierre del año.

CEOs por la Inclusión

Durante 2022, Sodimac participó activamente en el compromiso #CEOporLaInclusión, iniciativa convocada por Acción Empresas, junto a Fundación ConTrabajo, Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de SOFOFA, y que tiene como propósito acelerar la participación laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de empresas inclusivas a través del compromiso de sus CEOs.

En la reunión anual, Sodimac fue invitada a participar como referente de buenas prácticas.

La compañía fue una de las 41 empresas firmantes cuando se lanzó esta alianza en diciembre de 2021 que se funda en nueve compromisos. Entre ellos destaca la creación o fortalecimiento de las gerencias y CEOs en el Comité de Diversidad e Inclusión de las empresas, al ser el liderazgo un factor fundamental en la implementación de cambios organizacionales que favorecen la participación laboral de personas con discapacidad.



Alianza con fundación Soy Más

Sodimac tiene desde 2019 una alianza con Soymás, entidad que apoya a jóvenes embarazadas y madres adolescentes. Se ofrecen prácticas en las tiendas a alumnas de esa fundación y se las acompaña en el proceso de aprendizaje para potenciar sus habilidades, conocimientos y acercarlas al mundo laboral. Este programa se inserta en las iniciativas de la Escuela de Excelencia de Sodimac, que entrega una formación integral a los trabajadores.

En 2022, se creó un nuevo programa con Soymás e Inacap para la capacitación e integración de 17 jóvenes mujeres de la comuna de Renca. Se realizan distintos cursos con clases prácticas y teóricas, que incluyen técnicas de atención a clientes, taller de actitud, comunicación efectiva, venta de proyectos, operación logística y atención en cajas. Estos se complementan con visitas a tiendas y centros de distribución para que conozcan de manera más cercana la operación y forma de trabajo.



Fundamental en este trabajo fue el desempeño del equipo de embajadores de tiendas, cadena de abastecimiento y Oficina de Apoyo, quienes están a cargo de generar y publicar contenidos regularmente, lo que ha permitido mantener vivo el grupo y cohesionada a la comunidad.

En junio, la empresa participó de la Marcha del Orgullo junto a todo el grupo Falabella y ese mes se celebró con diversas actividades en las instalaciones.

Como en años anteriores, sigue vigente el protocolo de transición de género, el que se promueve continuamente para que todos quienes lo requieran sepan que en Sodimac encontrarán el apoyo necesario para una transición lo más fluida y segura posible.

Interculturalidad

Al cierre de 2022, un 5% de la dotación de Sodimac eran migrantes, provenientes de 16 nacionalidades distintas. La compañía aborda esta temática desde un enfoque basado en el respeto y la igualdad. Para inculcar estos valores, cuenta con un Manual de Contratación de Personas Migrantes y Comunicación Intercultural. Adicionalmente, a través de Chile Valora se dictan talleres de certificación de competencias destinados a trabajadores migrantes, junto a cursos de español dirigidos, especialmente, a trabajadores haitianos.

Generación senior

La compañía valora la contribución de distintos grupos etarios promoviendo el aporte de trabajadores de 60 años o más, quienes, con su experiencia laboral y de vida, contribuyen al clima laboral y ayudan a elevar los estándares de servicio.

Al cierre del periodo, trabajan en la compañía alrededor de 770 personas senior, que se distribuyen de manera similar al resto de la dotación, realizando diversas funciones de acuerdo con su experiencia y conocimiento, incluyendo cargos de jefatura y operativos, vendedores, así como vendedores expertos y roles administrativos, entre otros.

Proyectos sociales y de reinserción social

Sodimac forma parte del proyecto EMTP en alianza con CPC e Inacap. Su objetivo es que jóvenes egresados de liceos técnico-profesionales alcancen su máximo potencial y tengan igualdad de oportunidades, aportando así a la productividad del país y a la cohesión social.

Además, se conformó una alianza con Proyecto B y Juntos por la Reinserción, con la finalidad de desarrollar un trabajo conjunto para incentivar la inclusión laboral de jóvenes que han estado cumpliendo una sanción en el Sename.

Prevención y Seguridad

(403-1; 403-4; 403-5; 403-8; 403-9; 403-10)

Cuidando a nuestros trabajadores

Guiándose por la Norma ISO 45.001 sobre Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principio base el fortalecimiento permanente de una cultura preventiva y la constante mejora de los estándares de seguridad, situando a la prevención de riesgos, la productividad y la venta en un mismo nivel de importancia en los procesos internos.

La empresa organiza actividades para el fortalecimiento de una cultura preventiva y de liderazgo en prevención. Para ello, la empresa se apoya en Comités Paritarios de Higiene y Seguridad que se encuentran activos en todas las instalaciones, llevando a cabo anualmente numerosas actividades relativas a seguridad, salud ocupacional y autocuidado. En 2022, la empresa logró certificarse en un nivel inicial en estas materias, gracias al apoyo de ACHS a los Comités Paritarios de Talca y Linares.

Un instrumento que prevencionistas y parte del equipo central de prevención de riesgos de Sodimac emplea para evaluar las condiciones en todas las instalaciones es la plataforma "Woken-Reactive", a la cual se le suministra información acompañada de evidencia gráfica que ayuda a generar una alerta inmediata dirigida directamente al gerente del área correspondiente. De maneta se gatillan acciones que evitan futuros accidentes en tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo.

Alianza estratégica ACHS-Sodimac

Sodimac mantiene una alianza estratégica con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) para potenciar la cultura preventiva integral en la empresa. Se establecen en conjunto planes anuales de trabajo conducentes a minimizar los accidentes y enfermedades laborales, a mantener ambientes de trabajo saludables y contar con una asesoría y apoyo permanentes para el cumplimiento de los requisitos legales en estos temas.

El vínculo con la ACHS también contempla el proceso de implementación de la encuesta OCDI DEKRA (Organizational Culture Diagnostic Instrument), cuyo objetivo es diagnosticar la cultura preventiva de la organización y establecer un plan de acción que permita avanzar en este tema en el período 2021. En el año reportado, 10.822 trabajadores contestaron este instrumento, con una participación del 71,3% de la dotación.

Durante el 2022, se firmó un importante acuerdo de colaboración entre Sodimac y la ACHS. Además, se amplió el espectro y visión de la infraestructura, permitiendo detectar nuevos riesgos críticos de la compañía.

Se avanzó en un 80% en el Programa de Fortalecimiento de Temas Preventivos para líderes de tiendas y cadena de abastecimiento.

Como en años anteriores, se otorgó el Premio al Liderazgo en Gestión Preventiva a los trabajadores destacados en hacer de Sodimac un lugar de trabajo más seguro. También, se realizó la campaña "Agosto: Mes de la Prevención en Sodimac".

El 60% de los profesionales de Prevención de Riesgos de la empresa fue certificado por el Plan de Estandarización Sodimac-ACHS.

Se dio inicio al nuevo Plan de Gestión de Riesgos Eléctricos de Sodimac. En ese marco, se creó un indicador de condición técnica (KRI) que muestra las nociones del estado de riesgo en el cual se encuentra cada lugar de trabajo.

2.766 trabajadores capacitados en temas de seguridad y salud en el trabajo, aumentando de un 50% a un 80% en relación con año anterior.

6.397 hallazgos del Equipo de Monitoreo de Riesgos, por los que se pudo mitigar riesgos de tipo eléctrico, incendios, seguridad física, trabajos peligrosos y de seguridad de las personas.

2.991 intervenciones realizadas gracias a las alertas del Equipo de Monitoreo en situaciones con almacenamientos, labores de grúa, uso de elementos de protección personal, manejo manual de carga y trabajos peligrosos.

1.050 desviaciones en proyectos corregidas, junto a Store Planning, para disminuir los amagos de incendios y potenciales riesgos eléctricos.



Medidas de prevención y actividades de apoyo en contexto de pandemia

En 2022, en la medida que la situación sanitaria y el avance en la vacunación lo permitieron, se operó de una forma más normal, pero sin descuidar acciones preventivas y de autocuidado según los lineamientos establecidos por las autoridades de salud.

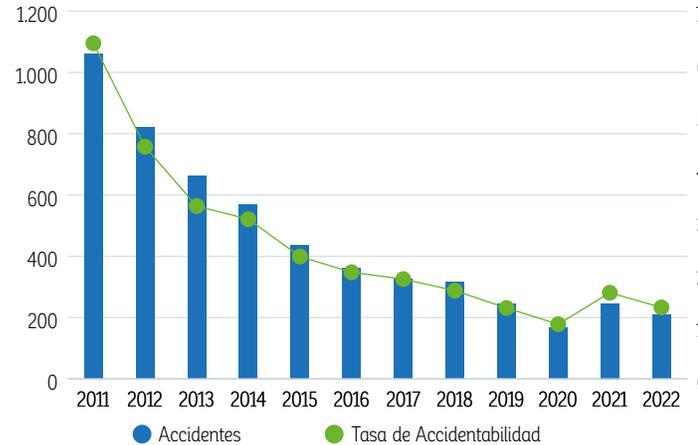
Se mantuvo la entrega de elementos de higiene y protección (mascarillas, alcohol gel, entre otros), junto con campañas comunicacionales y capacitaciones en medidas de protección y actualización de protocolos sanitarios ordenados por el Minsal.

Tasa de siniestralidad y accidentabilidad (403-2)

Sodimac ha logrado reducir sostenidamente la cantidad de accidentes laborales, gracias a políticas corporativas centradas en el cuidado de las personas y la promoción permanente de una cultura preventiva. De hecho, la tasa de siniestralidad de la empresa muestra índices que figuran entre los más acotados dentro de la industria del retail.

- Al cierre de 2022 se habían registrado 208 accidentes laborales, 66 enfermedades profesionales, y 3.173 días perdidos, incluyendo los días de arrastre del año anterior.
- La accidentabilidad se situó en un 1,36, cifra 16% menor a la de 2021, lo que se tradujo en 11 accidentes menos.
- La tasa de siniestralidad se situó en un 20,7, cifra 42,5% menor a la de 2021, lo que se traduce en 812 días perdidos menos.

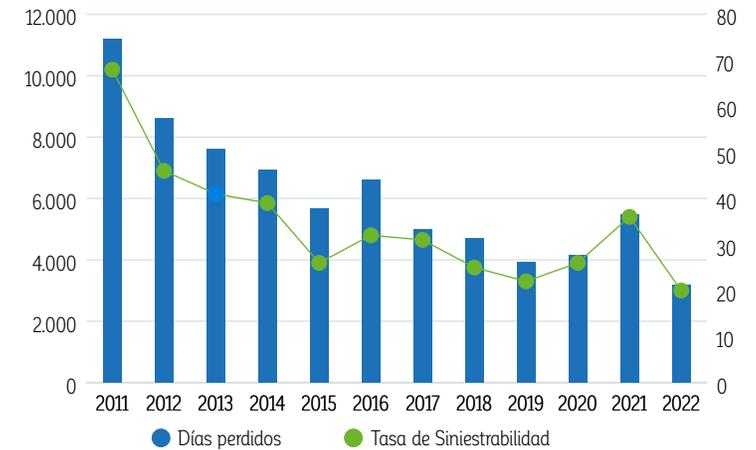
Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fórmula de cálculo: N° de accidentes / Promedio de trabajadores x 100.

Fuente: ACHS

Tasa de Siniestralidad y Días Perdidos



Fórmula de cálculo: N° de días perdidos / Promedio de trabajadores x 100.

Fuente: ACHS

Zona o Región	2020				2021				2022			
	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Víctimas mortales	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Víctimas mortales	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Víctimas mortales
Zona Norte	115	16	0	0	541	40	1	0	380	29	14	0
Zona Centro	276	16	0	0	158	21	1	0	254	19	3	0
Zona Sur	1.060	69	13	0	1.300	85	6	0	1.207	83	15	0
Región Metropolitana	894	68	7	0	1.371	98	3	0	1.332	77	30	0
Hombre	1.563	116	14	0	2.048	159	5	0	2.420	144	37	0
Mujeres	782	53	6	0	1.322	85	6	0	753	64	25	0
Total (Incluye días de arrastre)	3.147	169	20	0	3.891	244	11	0	3.891	244	62	0

Nota: Días perdidos por accidentes incluye días de arrastre de años anteriores.

Fuente: ACHS

Relación con los sindicatos

(2-30)

Sodimac busca mantener con las organizaciones sindicales que operan en la compañía una relación fluida, basada en el diálogo, la mutua colaboración y la confianza. Esta visión descansa en los siguientes pilares:

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

Trabajadores sindicalizados		
Año	N° trabajadores	Porcentaje
2020	12.205	81%
2021	11.803	75%
2022	12.055	84%

Fuente: Sodimac.

Al cierre de 2022, en Sodimac Chile operaban cinco sindicatos de empresa, dos sindicatos interempresa y tres sindicatos de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, que en conjunto representaban a 12.055 trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del 84%.

Judicialización de causas laborales

En 2022 se registraron 162 denuncias de tipo laboral, canalizadas por las instancias legales de la empresa. De ellas, 123 fueron resueltas y otras 39 permanecían abiertas y en etapa de investigación al cierre del año.

Causas Laborales	
Año	N° Denuncias
2020	242
2021	216
2022	162

Fuente: Sodimac

Negociaciones colectivas

En 2022 se desarrolló una negociación colectiva con el sindicato Homecenter, que tiene 6.273 trabajadores socios, lo que equivale al 41% de la dotación.

Formación Sindical

Sodimac ofrece un programa de formación orientado a potenciar las habilidades de delegados y dirigentes sindicales. En 2022, se realizaron tres capacitaciones:

- Sindicato Homecenter se capacitó en la Ley 16.744 sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.
- Sindicato Nocesur se capacitó en descansos laborales.
- Sindicato Valdivia se capacitó en Excel.

Diálogo permanente

A medida que las restricciones por la pandemia se fueron liberando, en 2022 se retomaron las reuniones presenciales. Entre marzo y diciembre de cada año, ejecutivos de la empresa se reúnen mensual o bimensualmente con las directivas de los sindicatos de empresa Sodimac, Homecenter, Sintrabos, Nocesur y Autónomo. Esta iniciativa permite a los representantes sindicales plantear diversas inquietudes y la compañía, a su vez, puede proveer información sobre materias relevantes.

A su vez, cuando tienen temas que necesitan tratar con la empresa, los sindicatos de tiendas y centros de distribución (interempresa) toman contacto con gerentes de locales, el Business Partner (jefe regional de personas) y los correspondientes jefes de recursos humanos.

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

Subcontratación en Sodimac

(2-8)

Sodimac cuenta con una Unidad de Subcontratación a cargo de diseñar e implementar políticas que garanticen, por parte de las empresas externas, el cumplimiento de sus obligaciones laborales y previsionales, así como también velar porque los trabajadores externos cuenten con adecuadas condiciones de trabajo. También efectúa capacitaciones a las distintas áreas de la empresa sobre la legislación laboral vigente en materia de subcontratación y servicios transitorios con el fin de promover la autorregulación y generar una relación equilibrada entre empleadores y trabajadores externos, previniendo demandas y multas por contravenir la normativa.

Durante el año 2022, en materia de subcontratación se recibieron un total de 145 demandas, de las cuales 75 concluyeron en el período y el resto seguía en trámite al cierre del año.

En línea con la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados, la empresa recientemente ha actualizado su sistema de control de acceso de personal externo, operativo en todas las instalaciones (tiendas, bodegas y centros de distribución).

Este nuevo sistema permite un mayor control de la documentación con la que debe contar el personal externo

a fin de dar cumplimiento a la normativa imperante en materia laboral. En este sentido, el sistema realiza un control que permite el ingreso del personal externo de aquellas empresas contratistas y subcontratistas que han, previamente, ingresado en el sistema la información requerida.

La Unidad de Subcontratación mantiene constantes relaciones con las empresas contratistas y subcontratistas en materias relacionadas con el cuidado de la salud de los trabajadores externos, así como también con el cumplimiento con la normativa laboral vigente.

Subcontratación	2020	2021	2022
Empresas externas (*)	117	117	106
Nº de trabajadores (**)	4.913	7.202	6.283
Nº de fiscalizaciones	-	-	3
Nº de multas	-	-	3

(*) Comprende sólo a las empresas de control centralizado. Las empresas de servicios específicos son controladas por cada tienda.

(**) En 2022 la dotación estuvo compuesta por un promedio de 6.283 trabajadores subcontratados, de los cuales 3.811 eran hombres y 2.472 mujeres.

Fuente: Sodimac.





Nuestros proveedores

 **SODIMAC**®

Nuestros proveedores

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

Temas estratégicos

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

Hitos 2022

- En Chile se llevaron a cabo dos encuentros con proveedores, logrando gran asistencia, en los cuales se acordó seguir innovando para mejorar la experiencia de los clientes, potenciar la digitalización y las acciones de sostenibilidad. También hubo una serie de webinars dirigidos a ayudar a las empresas en sus acciones de cumplimiento por la ley REP.
- Sodimac lanzó dos guías para sus proveedores con orientaciones para seguir avanzando en la reducción de los impactos de empaques y embalajes, y potenciar la oferta de artículos sostenibles para los clientes.
- Se avanzó en la personalización de la experiencia digital de los clientes con la implementación de una iniciativa de

geomarketing a través de la APP Sodimac y su integración con beacons en las tiendas, lo que permite entender el comportamiento y permanencia en esas instalaciones, entregar asesoría mediante videollamadas en los pasillos más complejos, comunicar la oferta de valor y contenido relevante a través de mensajería Push e integrar distintas iniciativas de geolocalización en las cajas, centro de proyectos o mesones de pintura.

OBJETIVOS DE DESARROLLO



Gestión sostenible de la cadena de suministro

(2-6; 204-1)

Sodimac cuenta con una cadena de valor que, en 2022, ascendía a 2.256 proveedores de productos y servicios, 1.029 de ellos son microempresas o pymes. Con ellos existe una relación enfocada en una coordinación eficiente, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes. Todo esto, en el marco de las cinco prioridades estratégicas de la compañía a 2025: acelerar la venta digital, gestión logística, tienda del futuro, propuesta de valor omnicanal y eficiencia.

La empresa anualmente selecciona los mejores productos disponibles a nivel local y global, producidos por fabricantes de confianza que son sometidos a estrictos controles de calidad. La estrategia de aprovisionamiento considera: precio, continuidad del proveedor, calidad y seguridad de su oferta, políticas de mejoramiento continuo, buenas prácticas laborales, ambientes de trabajo adecuados, uso de elementos de seguridad y respeto por las normas laborales nacionales e internacionales.

En 2022, el 74% de las compras de la compañía fue a proveedores locales y el resto fueron efectuadas a empresas de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

Participación en compra proveedores			
Origen	2020	2021	2022
Importado	19%	21%	26%
Nacional	81%	79%	74%

Fuente: Sodimac.

Un contexto desafiante

El año 2022 se caracterizó por un trabajo muy coordinado con los proveedores para ajustar el surtido en las tiendas a una realidad marcada por una normalización en el abastecimiento, un aumento en la inflación y disminución del consumo, tras el estrés que sufrió la cadena logística mundial por más de dos años debido a la crisis sanitaria provocada por el COVID-19.

También fue un período marcado por el fortalecimiento de la relación con las empresas proveedoras, realizándose un total de cinco ferias virtuales con este grupo de interés, principalmente de Asia. Durante estos encuentros, que abarcaron distintas categorías, se exhibieron artículos innovadores en un formato interactivo. Este tipo de reuniones online comenzó a ser implementado en 2020 por las restricciones para viajar que gatilló la pandemia, con muy buenos resultados.

Encuentros anuales con proveedores

Adicionalmente, la empresa continuó con sus encuentros anuales con proveedores. En abril, se dio inicio al año con una jornada de evaluación del período anterior, en que se agradeció a los proveedores por el apoyo en un contexto que fue muy duro desde el punto de vista del abastecimiento, con complejidades de producción y logísticas, en Chile y en el mundo. Se proyectó 2022 y se recaló la importancia

Guías para proveedores

Durante el ejercicio, la compañía lanzó dos guías para sus proveedores –elaboradas con la consultora Ecoestrategia– con orientaciones para seguir avanzando en la reducción de los impactos de empaques y embalajes, y potenciar la oferta de artículos sostenibles para los clientes.

La Guía de Empaques y Embalajes establece los requisitos y procedimientos para que los empaques de los productos tengan el tamaño idóneo, a través del rediseño y rightsizing, y sean reciclables para generar la menor cantidad de residuos posibles.

La Guía del Sistema de Productos Sostenibles explica las características que debe tener un artículo para

ser considerado como tal y los lineamientos sobre las acreditaciones externas necesarias. Se estableció que deben cumplir al menos uno de los siguientes criterios: productos que reducen o evitan el consumo de energía o agua; son fabricados cuidando los recursos naturales y transparentan su impacto ambiental; aquellos que aportan a un ambiente interior sano y libre de partículas químicas dañinas en el hogar; los productos fabricados a partir de material reciclable, reutilizables o compostables; y los de comercio inclusivo o socialmente responsables.

La compañía tiene cerca de 5.800 artículos con atributos sostenibles, en la meta de que estos representen el 30% del total de productos a fines del 2026.

en este nuevo escenario de ser ágiles y flexibles, innovar y tomar la transformación digital como un imperativo para el desarrollo sostenible del negocio. Se destacó la necesidad de sumar esfuerzos para reducir la huella de carbono y ayudar a los clientes a transformar sus hogares en lugares más sostenibles, disminuyendo el consumo de agua y energético. Se destacó como gran desafío del año: la inflación.

En el segundo encuentro realizado en octubre se abordaron los resultados del primer semestre del año. Se recaló la necesidad de buscar juntos oportunidades de mejora y adaptarse a un entorno cambiante para seguir entregando

la mejor propuesta a los clientes en sus proyectos de hogar. Durante la actividad, se acordó continuar innovando para la mejor experiencia de los clientes hogar y profesionales; potenciar el desarrollo digital y acciones en sostenibilidad hacia las comunidades y para aumentar los productos y servicios con atributos sociales y medioambientales, además de actuar con flexibilidad en un escenario dinámico.

También se desarrollaron una serie de webinars dirigidos a ayudar a las empresas en sus acciones de cumplimiento relativas a la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP).

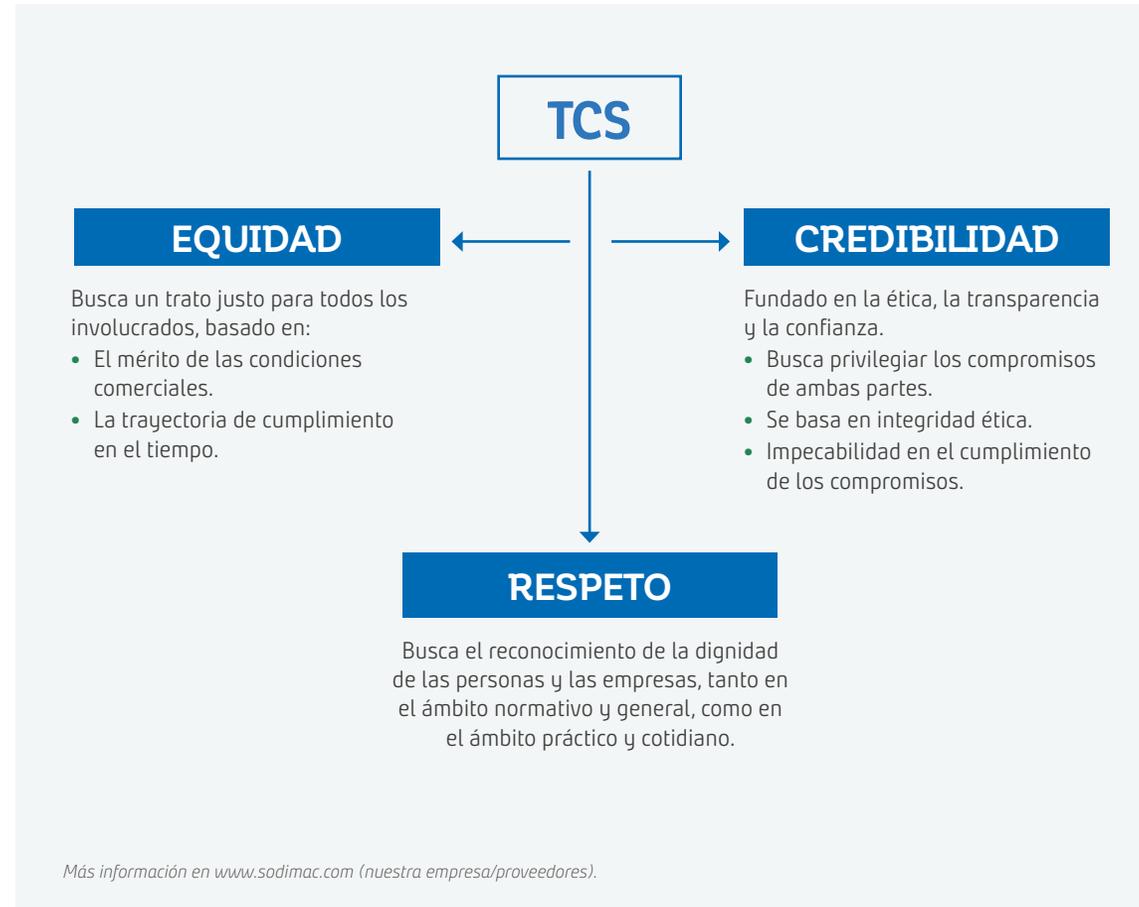
Transparencia Comercial Sodimac

El trabajo colaborativo con proveedores es fundamental para responder a las necesidades y expectativas de consumidores cada vez más informados y exigentes, dotados además de herramientas legales que protegen sus derechos. Por ello, la compañía exige a su cadena de suministro:

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

La relación se rige por un marco formal de autorregulación denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), que entrega a los proveedores orientaciones precisas sobre los siguientes aspectos:

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



Pagos a Pymes

Sodimac fue reconocido como el mejor pagador a Pymes del sector comercio en el segundo, tercer y cuarto trimestre de 2022, según el Ranking de Pagadores elaborado por la Asociación de Emprendedores de Chile y la Bolsa de Productos.

Conforme a estos protocolos -cuyo cumplimiento recae en la Gerencia de Contraloría de Sodimac- y al compromiso corporativo con los Derechos Humanos, la empresa rechaza el trabajo infantil y no opera con proveedores que empleen niños. En 2022 no hubo denuncias o prácticas de esta naturaleza en la cadena de valor. Además, para contribuir al desarrollo comercial, estabilidad y confianza de los proveedores, la política de pagos establece un plazo no mayor a 30 días, especialmente con las Pyme.

En 2022 se atendieron 2 denuncias por eventuales incumplimientos a las normas TCS y no se recibieron consultas a través de los canales de atención y reclamos. Ambas denuncias fueron investigadas y concluidas en el 2022. No hay investigaciones en curso al cierre del ejercicio.

Evaluando a nuestros proveedores

(308-2; 414-2)

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

Actualmente, hay 441 proveedores inscritos en Sedex y en 2022 se realizaron 229 evaluaciones sociales de estándares de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH., medioambiente y laboral.

En 2022 se realizaron 69 evaluaciones de seguimiento para proveedores en proceso de superar no conformidades encontradas en años anteriores, de las cuales 48 arrojaron un resultado positivo y 21 presentaron al menos una no conformidad crítica, a resolver presentando un plan de acciones correctivas.

Total de Proveedores Evaluados SEDEX			
Origen	2020*	2021	2022
Nacional	-	32	11
Importado	12	188	218
Total	12	220	229

*Ese año la evaluación fue suspendida.

Fuente: Sodimac.

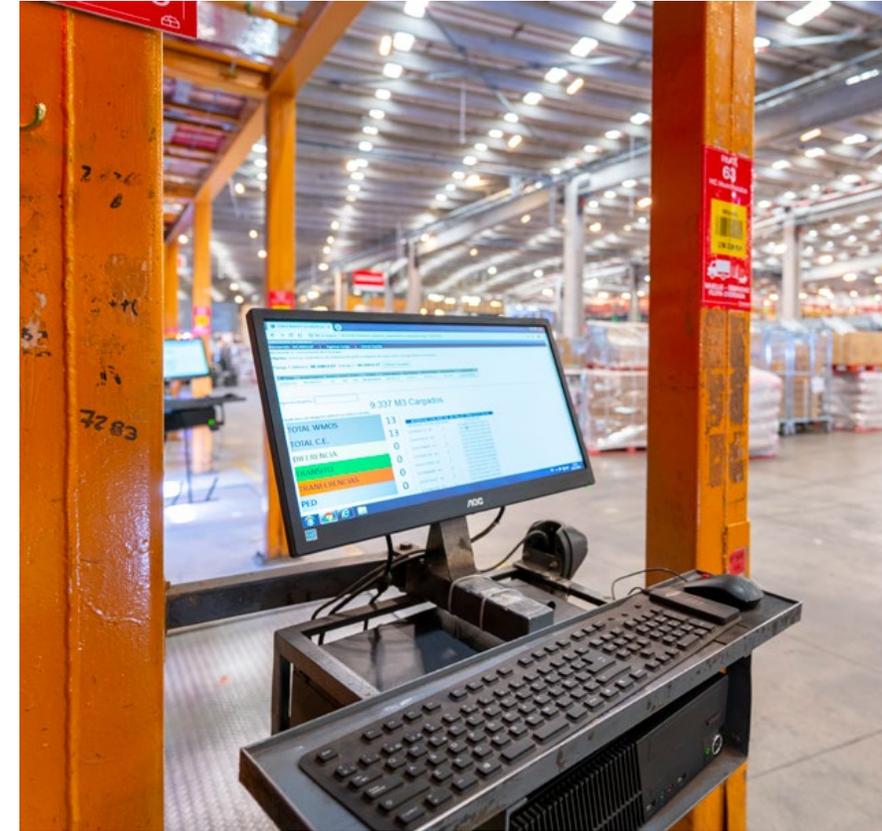
Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

Sodimac solicita a su cadena de abastecimiento firmar una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre temas de ética empresarial, Derechos Humanos, salud y seguridad laboral, normas de selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. En 2022 suscribieron este compromiso 186 proveedores extranjeros y 172 chilenos.

Cuestionario para Proveedores (*)	2020	2021	2022
Total de proveedores extranjeros	562	574	564
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	144	180	186

*Considera los proveedores activos durante varios años.

Fuente: Sodimac.



Calidad y seguridad de los productos

(416-1)

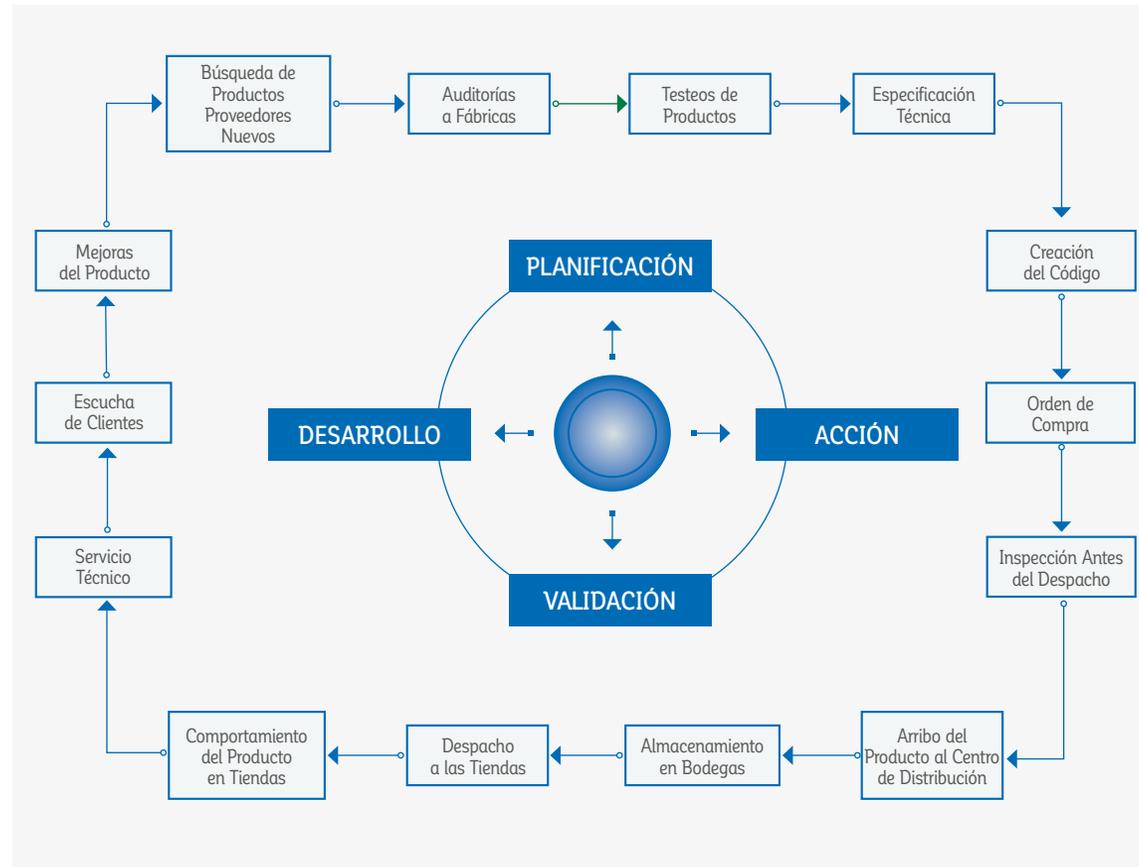
Sodimac está comprometida con un comercio responsable y se preocupa de que todos los productos que vende sean seguros y con calidad garantizada. Se trabaja con los proveedores para asegurar que los productos cumplan con los más altos estándares a nivel nacional e internacional. Y también con las autoridades para no solo cumplir con la normativa, sino que avanzar en conjunto para tener cada vez mejores estándares.

Con el apoyo de firmas especialistas en evaluación, certificación y regulación, Sodimac realiza una gestión de control de calidad de los productos -desde su incorporación hasta la post venta- que le permite lograr un adecuado inventario en bodegas y tiendas, velar por la seguridad y confianza de los clientes, y alcanzar altos estándares nacionales e internacionales de servicio.

Inspecciones locales e internacionales

(417-1)

La selección del surtido y el contacto con potenciales proveedores locales y extranjeros considera visitas a sus instalaciones para comprobar su capacidad y solvencia. Adicionalmente, Sodimac somete los productos a estrictos controles de calidad a través de firmas especializadas, que examinan los procesos de fabricación en su totalidad, asegurándose que cumplan a cabalidad las especificaciones



solicitadas en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado, así como los requerimientos técnicos, componentes y características funcionales, analizando cada punto exigido por Control de Calidad.

Cuando se detecta algún problema, se aplican inspecciones correctivas que los fabricantes deben solucionar. Finalmente, toda inspección tiene un resultado que libera o no el despacho del producto (es decir, aprobado o rechazado).

Inspecciones internacionales	2020	2021	2022
Asia	4.289	1.467	4.618
América	133	128	300

Fuente: Sodimac.

Proveedores inspeccionados	2020	2021	2022
Asia	139	175	173

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales			
Estado de la inspección	2020	2021	2022
Aprobado	202	228	259
Rechazado	10	14	16
Total	212	242	275

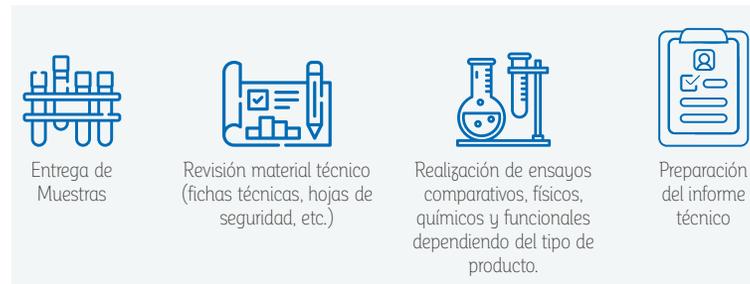
Fuente: Sodimac.



Testeo de productos

(416-1)

Todos los artículos que se comercializan -en especial elementos eléctricos, a combustión u otros que puedan representar algún riesgo para los clientes- pasan por estrictos controles de calidad a través de empresas especializadas para examinarlos desde las fábricas de origen hasta la post venta. La empresa incentiva además a que los propios proveedores realicen testeos en instalaciones externas, para tener dicho respaldo al agregar un producto a su catálogo.



Testeos de Productos	2020	2021	2022
Testeos de productos en Chile	960 unidades	2.418 unidades	2.401 unidades

Fuente: Sodimac.

Marcas propias y soporte técnico

Sodimac encarga a terceros la fabricación y etiquetado de productos para las marcas que desarrolla, asumiendo una responsabilidad mayor en cuanto a exigencias de calidad, funcionamiento y postventa. Parte importante de la labor de la Gerencia de Calidad consiste en revisar esta mercadería en las diferentes etapas de su ciclo de vida.

Actualmente, hay 603 productos de estas marcas a los cuales se brinda servicio técnico autorizado por Sodimac mediante una red de 12 sucursales a nivel nacional de Tejocenter.

De igual modo, se ofrece un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de requerimientos para todos los productos de las marcas que desarrolla de grifería y que funcionen con energía eléctrica o algún tipo de combustible. En 2022 se revisaron 17.817 productos de diversas categorías en el servicio técnico controlado por la empresa.

También existe una red de módulos de soporte técnico ubicada en 67 tiendas de todo Chile, a cargo de especialistas que orientan al cliente en la puesta en marcha y mejor uso del producto adquirido, y lo derivan al área de servicio técnico de ser necesario.

Atenciones Módulo Soporte Técnico en Tienda	
2020	438.493
2021	408.547
2022	301.530

Fuente: Sodimac.

Recalls

Sodimac aplica un estricto protocolo dirigido a realizar revisiones preventivas (o recalls) cuando el uso o manipulación de productos de marcas que desarrolla reviste algún riesgo para la seguridad de los clientes. En 2022 no hubo necesidad de realizar recalls.

Laboratorio de experiencia de uso

La empresa se preocupa también de asegurar a los clientes una buena experiencia de uso. Es la única empresa del retail del país que tiene un laboratorio interno de control de calidad para probar la seguridad y funcionalidad de productos. Este laboratorio está certificado bajo la filosofía LEAN 5S y tiene áreas de ensayos mecánicos, eléctricos, químicos y de materiales para los productos de marcas que desarrolla, además de zonas de instalación, armado y aplicación.

En 2022, el laboratorio Corporativo de Control de Calidad evaluó 494 productos.

Apoyando el ecosistema emprendedor

Sodimac continuó haciendo progresos en innovación y sostenibilidad, buscando generar propuestas de valor para cumplir con las expectativas de los clientes y, a la vez, seguir creciendo de manera eficiente y sostenible. Para este objetivo, trabaja en la generación de alianzas comerciales con proveedores y startups compartiendo conocimientos y experiencias, habilitando de igual forma el acceso a tiendas y otras instalaciones para la cocreación y prueba de nuevos desarrollos que perfeccionar en conjunto.

Geomarketing al servicio del cliente

En conjunto con la empresa MOCA, la compañía empezó a implementar una iniciativa de geomarketing que permitirá avanzar en la personalización de la experiencia digital (integración del entorno físico y digital) de los clientes. Esto opera sobre la base de la APP Sodimac y su integración con 384 balizas o beacons instalados en las tiendas de la cadena a lo largo de Chile que detectan y emiten señales a los dispositivos móviles. La intención es lograr un mejor entendimiento del comportamiento y permanencia de los visitantes en las salas y, con esa información, diseñar iniciativas para entregar una mejor experiencia de compra en tienda. Ya sea con asesoría mediante Venta Online Asistida (VOA) en los pasillos más complejos, comunicando ofertas y oportunidades ad-hoc, o bien ofreciendo contenido relevante, se genera una integración con distintas iniciativas de geolocalización a través de mensajería Push en las cajas, pasillos de especialidad, centro de proyectos o mesones de pintura.

Comercio inclusivo

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

Se trata de la primera solución con estas características en el retail chileno, marcando un precedente en el país en materia de inclusión. En ese sentido, la plataforma puede ayudar en el proceso de compras por Internet a más de 800 mil chilenos.

Venta Online Asistida (VOA)

Sodimac busca potenciar el servicio de VOA. Con este fin, desde 2021 trabaja junto con la startup Videsk para brindar asesoría experta a clientes respecto a proyectos del hogar a través de un servicio gratuito de videollamadas por la web, el celular (vía App) o tiendas. Desde el lanzamiento del sistema, se han recibido más de 37.000 solicitudes de orientación sobre productos y servicios, proyectos de decoración, baño y cocina.

En 2022, este servicio se incorporó a las campañas comunicacionales en tiendas de todo Chile y se recibieron más de 24 mil llamadas, alcanzando un nivel de satisfacción de 85% entre quienes lo han utilizado.



Decoración y diseño a distancia

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

IA para potenciar la experiencia de compra

Como parte de las iniciativas para la gestión de operaciones en labores rutinarias y potenciar la experiencia de los clientes, se siguió fortaleciendo el uso de la solución de Inteligencia Artificial (IA) desarrollada junto con la startup Zippedi en todas las tiendas Homecenter y Constructor del país. Este robot -que los trabajadores de la empresa bautizaron "Tito"- comenzó con un plan piloto buscando

automatizar procesos y detectar errores en los precios exhibidos, revisar posibles quiebres de stock (productos faltantes) en los pasillos, además de recoger una serie de otros datos por código de producto y área de la tienda. La información recopilada permite a los equipos contar al inicio de cada jornada con datos clave para organizar su trabajo diario.

Analítica para un mejor funcionamiento en tiendas

Buscando mejorar el funcionamiento de las tiendas, Sodimac y la startup Sumatold están desarrollando un proyecto que aprovecha las capacidades existentes del circuito de cámaras ubicadas en los accesos y sala de los Homecenter y Constructor para obtener datos del comportamiento de clientes dentro de la tienda mediante computer vision e IA, que luego se traduzcan en medidas de eficiencia operacional y comercial en las salas de venta, acciones de prevención y pérdidas e iniciativas de inteligencia comercial a nivel corporativo.



Nuestros clientes



Nuestros clientes

Con herramientas de escucha dispuestas en todas sus plataformas de atención, Sodimac obtiene información de primera fuente sobre las necesidades de sus clientes, que utiliza en un proceso de mejora continua para procurar entregar una mejor experiencia de compra, una oferta de productos y servicios diferenciadora y lograr crecientes niveles de satisfacción.

Temas estratégicos

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

Hitos 2022

- La marca Sodimac celebró 70 años con una gran campaña que tuvo una acción a través de la App de Sodimac que logró 220.591 descargas, con 4.730.709 visitas y más de 5.000 premios a los clientes.
- El Círculo de Especialistas de Sodimac Constructor (CES) superó los 800 mil socios, congregando más de 190 mil asistentes en la Gran Feria de Capacitación Online en la que se desarrollaron 120 cursos.
- Se habilitó en tiendas un nuevo showroom de muebles e iluminación para ayudar a los clientes a visualizar sus proyectos con ejemplos de amoblado, equipamiento y decoración.



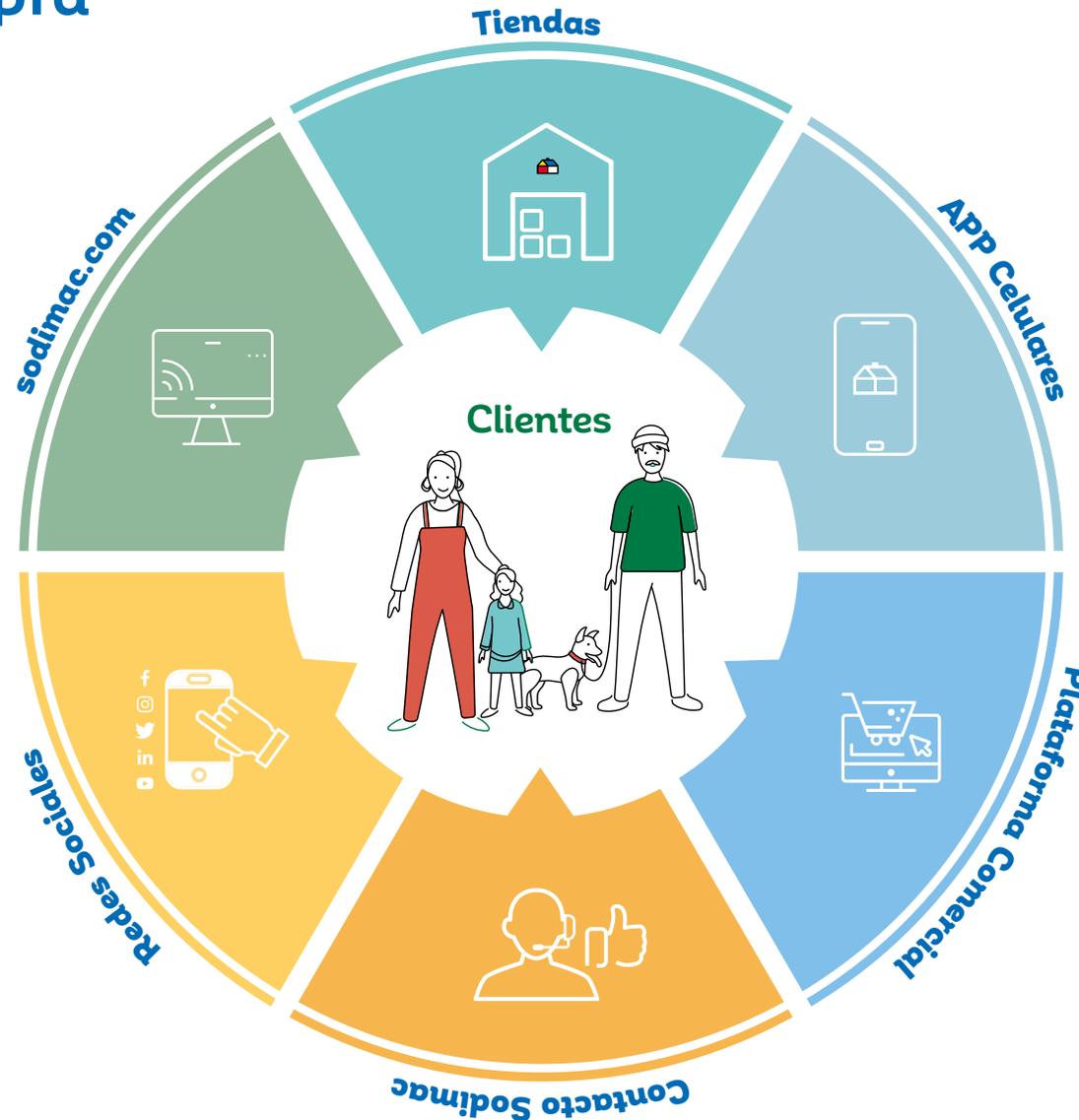
- El NPS arrojó un alza superior a 26%, gracias a la aplicación de diferentes programas de capacitación al personal encargado de atender clientes, uso eficiente de la tecnología y una mejora continua de los procesos.
- Mediante un acuerdo de procedimiento voluntario colectivo con el Sernac, la empresa compensó a más de 75 mil clientes afectados por problemas de despachos durante el peak de la pandemia de COVID-19.

OBJETIVOS DE DESARROLLO



Experiencia de Compra

Sodimac busca entregar a los clientes la mejor experiencia omnicanal, de acuerdo con los cambios que el proceso de transformación digital y la masificación del comercio electrónico están generando en los hábitos de consumo.



Comercio electrónico y omnicanalidad

El 2022 fue un año desafiante en términos de comercio electrónico. A un entorno macroeconómico complejo y una alta base de comparación tras un 2021 con crecimientos exponenciales en materia digital debido a la pandemia, se sumaron pasos fundamentales en la estrategia y visión de ecosistema a nivel del grupo Falabella. Uno de los hitos más significativos en este último aspecto fue la migración del total del tráfico desde Sodimac.com a la plataforma web de Falabella. Esto hizo a la empresa una de las piezas clave dentro del desarrollo del principal marketplace en Chile.

Sodimac traspasó toda su potencia y diferenciación en productos, servicios, asesoría e inspiración a los clientes hogar y profesional, para seguir aportando a que esta plataforma digital del grupo se transforme en la preferida de clientes y sellers. En 2022, se realizaron más de 290 millones de visitas al catálogo de Sodimac en Falabella.com, representando las ventas del canal e-commerce un 12% del total de la empresa.

Avances en tiempos de entrega a clientes

Se siguieron mejorando los tiempos de entrega en comercio electrónico alcanzando 63% de entregas en 48 horas o menos.

Las áreas de despacho y retiro en tienda lograron reducir los tiempos de entrega a los clientes en un 11%. En esta línea, continuaron iniciativas con valor agregado, como el retiro en tienda automatizado, ya implementado en ocho locales, y servicios de Same Day Delivery (despacho el mismo día) y despacho Express (despacho en dos horas), implementados en 27 y seis tiendas, respectivamente.

Avances en transformación digital

A lo largo de 2022, Sodimac realizó inversiones en tecnología para fortalecer y actualizar la propuesta comercial y operacional de las tiendas, donde los clientes buscan asesoría e inspiración para sus proyectos de hogar. Se optimizó además la conectividad wifi y avanzó en la implementación de self checkouts que mejoran la experiencia de pago y de video wall en los locales de Kennedy, Las Condes y Cerrillos que potencian la exhibición de productos de temporada. A nivel de Venta Empresa, se creó una nueva plataforma que permite a los clientes diseñar proyectos de arquitectura con stock Sodimac.

Adicionalmente, se desarrollaron proyectos en categorías como pisos, muebles, iluminación y baños y cocina, que

fortalecieron la propuesta de valor al cliente con mayor variedad y una mejor experiencia de compra, además de considerar un uso más eficiente del espacio en tiendas.

En el ámbito logístico, las inversiones se focalizaron en continuar con la automatización del centro de distribución de Lo Espejo, particularmente de los flujos internos de la operación, lo que permite alcanzar procesos de mejor calidad y rapidez frente a los clientes. Cabe resaltar que durante el ejercicio se recuperaron los niveles históricos de disponibilidad de productos, tras más de dos años de problemas con el abastecimiento debido a la pandemia y crisis logística global.



Innovaciones para mejorar la experiencia

Durante 2022, la empresa concretó diversos proyectos enfocados en mejorar la experiencia de los clientes en diferentes ámbitos de acción.

Nuevo showroom

La empresa habilitó en sus tiendas un nuevo showroom de muebles e iluminación. La idea de la iniciativa es ayudar a los clientes a visualizar sus proyectos con ejemplos de amoblado, equipamiento y decoración dispuestos en volúmenes que consideran distintos tipos de necesidades y estilos.

Innovación para una mejor experiencia física y digital

La búsqueda de personalizar crecientemente la experiencia física y digital (integración de los entornos físico y digital) de los clientes derivó en el desarrollo e implementación de una iniciativa de geomarketing que opera sobre la base de la APP Sodimac y su integración con balizas o beacons instalados en las tiendas que detectan y emiten señales a los dispositivos móviles. Esto permitirá entender el comportamiento y permanencia de los visitantes en las tiendas, entregar asesoría con el servicio Venta Online Asistida (VOA) en los pasillos más complejos, comunicar la oferta de valor y contenido relevante a través de mensajería push, e integrar iniciativas de geolocalización en cajas, centro de proyectos o mesones de pintura

Más información sobre esta y otras iniciativas de innovación para mejorar la experiencia de los clientes en el capítulo “Nuestros proveedores” de este reporte.



Escuchando a los clientes

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

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

Satisfacción de los clientes

(2-29)

Para medir la satisfacción y calidad de la experiencia percibida por los clientes en tiendas, canales de e-commerce y venta empresas, Sodimac se apoya en el sistema Net Promoter Score (NPS). La herramienta provee retroalimentación diaria y, con esta información, se introducen mejoras en procesos, propuesta de valor y estándar de servicio, además de realizar cambios en la infraestructura física y tecnológica, entre otras acciones.

En 2022, el NPS arrojó alzas consecutivas a partir de marzo, promediando un incremento superior a un 26% respecto al año anterior. Esta alza se fundamenta en la aplicación de diferentes programas enfocados en capacitar al personal encargado de la atención de clientes, en el uso de la tecnología (por ejemplo, potenciando la App Sodimac y los canales de autoatención) y en un mejoramiento continuo de los procesos.

A lo largo de 2022 se recibieron 221.861 respuestas de clientes para la encuesta de NPS enviadas a los clientes vía mails. El 64% de los clientes respondieron con nota 9 y 10 (dentro de una escala de 0 a 10) a la pregunta si recomendarían a un familiar o amigo comprar en Sodimac, siendo dichos clientes promotores de la marca. La empresa se mantuvo en el cuartil superior de la industria de retail en este indicador.

Encuesta de Satisfacción	2020	2021	2022 (*)
Clientes encuestados	295.058	368.441	221.268
Nota 9 y 10	60%	59%	64%
Nota 7 y 8	16%	16%	14%
Nota 0-6	23%	25%	22%

Fuente: Sodimac

(*) La disminución de encuestas en 2022 se debe a la migración del canal de venta online, las encuestas de NPS asociadas a dicho canal las gestiona Falabella.com.



Gestión de requerimientos y reclamos

La Gerencia de Atención a Clientes aplica un mecanismo de gestión destinado a procesar y responder cualquier solicitud, consulta, felicitación, sugerencia y reclamo presentado por los clientes.

Durante 2022, este indicador logró una mejoría de sobre un 50% en relación al ejercicio previo. Entre los principales motivos, destacan los diferentes planes de acción llevados a cabo en las tiendas y cadena de suministro que repercutieron en un avance en la calidad del servicio de entrega superior a los 4 puntos porcentuales. También influyeron las iniciativas que permitieron acelerar en un 28% los tiempos de devolución de dinero a clientes en caso de devoluciones.

Año	Requerimientos de clientes (*)
2020	642.638
2021	1.144.048
2022	955.753

Fuente: Sodimac.

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

Ámbitos de requerimientos	2020	2021	2022
Reclamo	69%	34,2%	20,4%
Solicitud	27%	19,4%	20,7%
Consulta	3%	46,1%	58,4%
Felicitaciones	1%	0,3%	0,5%
Sugerencia	0,1%	N/A	N/A

Fuente: Sodima

Áreas de Reclamos	2020		2021		2022	
	N°	%	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	235.580	60,15	235.580	60,15%	136.999	70,28%
Postventa	89.410	22,83	89.410	22,83%	19.676	10,09%
Internet	26.628	6,80	26.628	6,80%	15.289	7,84%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	26.081	6,66	26.081	6,66%	8.760	4,49%
Área cajas	5.979	1,53	5.979	1,53%	8.404	4,31%
Otros servicios de tienda	6.037	1,54	6.037	1,54%	5.092	2,61%
Productos	1.086	0,28	1.089	0,28%	615	0,32%
Área ventas	352	0,09	352	0,09%	94	0,05%
Otros	504	0,13	504	0,13%	-	-
Total	391.657	100%	391.657	100%	194.929	100%

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

Fuente: Sodimac



Paso 1

El Cliente decide contactarnos: Generación del requerimiento



Paso 2

Registro de la información



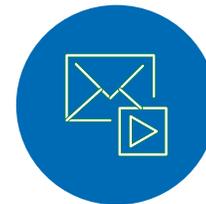
Paso 3

Proceso y clasificación de la información



Paso 4

Derivación de la información a la unidad especializada



Paso 5

Unidad acusa recibo en 72 hrs



Paso 6

Entrega de solución



Paso 7

Cierre del ciclo: Cliente satisfecho

Acuerdo voluntario con Sernac para compensar a consumidores

La empresa se comprometió a compensar a 75.087 clientes afectados por incumplimientos ocurridos entre el 1° de marzo de 2020 y el 23 de mayo de 2021 (pleno peak de la pandemia de COVID-19), tras llegar a un acuerdo voluntario con el Sernac.

Los consumidores enfrentaron problemas en los plazos de entrega de productos o no entrega de los mismos, cancelaciones de compras y atrasos en la devolución de dineros. Frente a ello, Sodimac acordó distribuir un total de \$413,6 millones en compensaciones. Además, decidió adoptar una serie de medidas internas para garantizar que no vuelvan a ocurrir situaciones como las descritas en las futuras compras por los canales remotos de la compañía.

Como fruto de este procedimiento voluntario colectivo, la compañía aumentó la cantidad de personal y camiones dispuestos para los despachos a domicilio, medida que se sumó a las mejoras llevadas a cabo en los centros de distribución para asegurar la disponibilidad del surtido ofrecido por Sodimac.

Convenio Sodimac-Sernac

Sodimac tiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). El sistema opera con una plataforma que envía una notificación inmediata cuando un cliente presenta un reclamo en la repartición, permitiendo a la compañía efectuar una gestión más eficiente del mismo, bajo el compromiso de responder en un máximo de siete días hábiles.

En 2022, Sernac recibió 7.762 reclamos dirigidos a la empresa (versus 28.255 en 2021), de los cuales 3.105 (35,58%) fueron por problemas de postventa, 3.724 (42,67%) por despachos y 783 (8,97%) debido a inconvenientes en compras en la plataforma web.



Comercio y marketing responsable

La comunicación de marketing de Sodimac se funda en la buena fe, la competencia leal y en cumplir sus promesas conforme a prácticas de promoción diseñadas con un criterio sostenible y apegado a la ética publicitaria. Todo ello, en un marco de respeto irrestricto de los derechos del consumidor, con políticas comerciales justas y transparentes, asegurando al cliente una oferta adecuada en cuanto a disponibilidad, calidad y seguridad de bienes y servicios.

Construcción de marca

El uso creciente de plataformas digitales como canales de comunicación permite establecer y estrechar contactos con distintas audiencias, brindando la oportunidad de generar conexiones más profundas y vinculantes entre diversas comunidades y la marca. Este esfuerzo de posicionamiento recibe una constante retroalimentación a través de distintas mediciones.

En 2022, Sodimac se ubicó en el segundo lugar general y primer lugar del rubro mejoramiento del hogar en el sondeo Total Brands Chile 2022 sobre percepción de marcas entre los consumidores. Ocupó también el primer lugar del rubro mejoramiento del hogar en estudio I-CREO, de marcas en las más confían los chilenos; en el ranking de Marcas Ciudadanas elaborado por Cadem; y en el estudio Chile

3D, marcas y estilo de vida, que elaboran La Tercera y GFK,

En el canal de YouTube, en tanto, Sodimac Constructor Chile logró el botón de plata, luego de haber alcanzado más de 107 mil suscriptores. Se suma así al botón de oro obtenido en 2018 por el canal de tutoriales Hágalo Usted Mismo con Sodimac que supera los 2,3 millones de suscriptores.

Otro hito del período para la comunicación de marketing fueron las iniciativas asociadas a la estrategia de ofrecer a los clientes contenido y asesoría. En 2022, se publicaron más de 90.000 productos y se incorporaron sobre 129 mil nuevas fotografías. Por su parte, el asesor virtual que la empresa pone a disposición del público recibió aproximadamente 24 mil llamadas, con un nivel de satisfacción del 85%.

Ética publicitaria

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

70 años: un nombre con historia

En julio de 2022 la marca celebró 70 años, acontecimiento celebrado con una gran campaña en la que se conmemoró a algunos de los personajes que han sido parte de la historia en la comunicación de Sodimac, más algunos rostros actuales. Para mayor realce, la campaña incluyó una acción a través de la App que logró más de 220 mil descargas, 4,7 millones de visitas y significó la entrega de más de 5 mil premios a clientes.



Datos personales y seguridad de la información

(418-1)

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

En 2022 no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

Procesos de retiro de productos (recalls)

(416-2)

La responsabilidad de la empresa hacia sus clientes implica el inmediato cese de la venta y el retiro preventivo de cualquier producto cuyo uso conlleve un riesgo. Esta política incluye la coordinación con los proveedores para que adopten las medidas correctivas que correspondan, según la normativa vigente. Se pone un especial énfasis en este tipo de procedimientos para productos de marcas que desarrolla Sodimac. En 2022 no hubo casos que requirieran aplicar estos protocolos.

Más información en capítulo Proveedores de este Reporte.

Normativa legal y causas judiciales

(2-27; 417-2; 417-3)

Durante el 2022, la empresa enfrentó 100 causas relacionadas con demandas de consumidores, frente a las 158 de 2021. En total, se cerraron 54 juicios notificados en 2022 y años anteriores.

Para minimizar este tipo de conflictos, Sodimac realiza capacitaciones en todas sus áreas para fortalecer entre su personal la comprensión del programa de cumplimiento corporativo y de la normativa vigente.

Causas Judiciales – Demandas	2020			2021			2022		
	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia
Incumplimiento de Entrega	19	11	\$2.041.780	57	65	\$13.370.255	41	29	\$19.689.259
Salud y seguridad	6	38	\$23.757.730	20	16	\$43.500.110	34	11	\$29.314.954
Otros	15	20	\$100.000	42	42	\$43.815.897	14	8	\$3.246.720
Producto, Información y etiquetado	2	21	\$1.130.644	38	25	\$312.864.309	11	4	\$1.181.195
Publicidad y marketing	6	5	\$350.206	1	3	-	0	2	\$680.000
Total general	48	95	\$27.380.360	158	151	\$413.550.571	100	54	\$54.112.128

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

Fuente: Sodimac.



Educación y consumo responsable

El compromiso de Sodimac con el desarrollo sostenible conlleva una estrategia de economía circular que incluye los ámbitos de diseño, empaque, reciclaje y reutilización de productos.

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

Más información en capítulo Medioambiente de este Reporte.

Sodimac ofrece alrededor de 5.800 productos de diferentes categorías fabricados con criterios sostenibles. Una meta es que el stock de artículos con este atributo represente el 30% del total a fines de 2026.

Cuidando La Casa De Todos

“Cuidemos La Casa De Todos” es un programa icónico de la compañía que, por intermedio de diferentes iniciativas, busca incentivar a la ciudadanía para que ejecute ideas de mejoramiento que lleven a hogares más sustentables gracias a un menor consumo de recursos hídricos o energéticos, y reutilizando residuos o materiales.

Reciclaje de baterías

En paralelo, desde 2018 Sodimac impulsa un programa de recuperación y reciclaje de baterías de automóviles, servicio que en 2022 extendió de forma permanente a toda la comunidad y el total de sus tiendas. Desde el lanzamiento de la iniciativa, se han reciclado cerca de 40 mil de estos dispositivos, una cifra que la empresa espera duplicar a la brevedad con la ayuda de campañas de recuperación específicas a nivel nacional en tiendas Sodimac Homecenter.



Más de 2,3 millones de suscriptores sumaba el canal de YouTube “Hágalo Usted Mismo” al cierre de 2023.

Hágalo Usted Mismo

Hágalo Usted Mismo (HUM) es una iniciativa que, a través de canales de difusión como videos en YouTube, talleres en tiendas y contenido especial distribuido por catálogos, brinda conocimientos y técnicas mediante tutoriales que permiten al público aprender a fabricar, reparar y mantener sus viviendas, entre otros temas.

En este marco, a lo largo de 2022 se realizaron distintas campañas, entre ellas, Baño y Cocina (buscando reducciones en el uso de agua), Prepárate para el Invierno (para mejorar la aislación de las viviendas) o Ventilación y Aire acondicionado (promoviendo el ahorro de energía), entre otras, todas las cuales apuntaron a lograr ganancias de eficiencia energética y construcción sustentable. También se brindó orientación entregando contenidos para la implementación de huertos comunitarios.

Más información en [hagaloustedmismo.cl](https://www.hagaloustedmismo.cl)

Círculo de Especialistas Sodimac

El Círculo de Especialistas de Sodimac Constructor (CES+CMR Puntos) tuvo un importante crecimiento a lo largo de 2022, pasando de los casi 600 mil clientes inscritos que registraba el año anterior a más de 800 mil socios.

Estos resultados muestran que la empresa ha consolidado una relación activa con el segmento de los clientes profesionales, captando sus necesidades para responder a ellas con soluciones y experiencias diferenciadas. Ejemplo de ello es el lanzamiento de la Academia para Especialistas, que permite entregar una amplia gama de alternativas de cursos de capacitación online a los socios del CES.

Otro avance del año fue la incorporación a las plataformas digitales de Sodimac de los ahorros del programa de fidelización del CES, que antes solo eran parte de la propuesta del mundo físico.

Más información sobre CES en www.circulodeespecialistas.cl

Actividades del CES	2020	2021	2022
Nº de socios	253.897	350.915	796.128
Nº de socios certificados SEC (*)	Suspendido	Suspendido	Suspendido
Nº de capacitados (**)	2.593	20.618	22.196
Nº de becados	6.723	3.330	4.037

(*) En 2020, 2021 y 2022 no se pudieron entregar, ya que requiere una prueba presencial que no fue posible realizar por contexto pandemia.

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

Fuente: Sodimac

Gran Feria de Capacitación

En marzo de 2022 se realizó la décima Gran Feria de Capacitación, que Sodimac organiza para maestras y maestros especialistas de la construcción y que, como viene siendo tradicional desde la pandemia, se realizó de forma 100% online.

El evento logró en cuatro jornadas sobre 190 mil visitas de profesionales de todo Chile e incluso de otros países de Latinoamérica. Los asistentes accedieron a 120 cursos totalmente gratuitos, así como a seis salas de capacitaciones virtuales que permitieron optar a certificaciones en electricidad y gasfitería entregadas por el CFT de la Universidad Santo Tomás. Con ello, recibieron herramientas que ayudarán a mejorar sus oportunidades laborales.

Los participantes también pudieron recorrer los stands virtuales, recopilar información directamente con los principales proveedores del rubro, conocer las últimas novedades del sector, y presenciar charlas sobre prevención de accidentes y talleres para aprovechar las redes sociales para impulsar sus negocios. Además, se entregó información sobre la presencia femenina en el sector de construcción, entre otros temas.

Al finalizar la feria, la empresa anunció que a partir de 2023 regresarían las ferias presenciales, gracias a que las condiciones sanitarias así lo permitían.





Compromiso con el medioambiente



Compromiso con el medioambiente

Sodimac impulsa numerosas iniciativas para contribuir a la acción climática; entre ellas, medir, reducir y mitigar los impactos de su operación, buscando asimismo crear consciencia en toda la cadena de valor sobre el cuidado del medioambiente.

Temas estratégicos

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

Hitos 2022

- En un informe presentado en el pabellón chileno de la COP27 en Egipto, la Bolsa de Clima de Santiago (SCX) y Deloitte situaron a Sodimac entre las cinco empresas que más avances han logrado en el país midiendo y reduciendo su huella de carbono.
- Por cuarto año consecutivo, se obtuvo el Sello de Excelencia del programa HuellaChile, siendo la única empresa de retail en obtener esta distinción.
- La Crianza y Transaco (del grupo Owens Corning), se incorporaron como nuevos socios de la Red Nacional de Puntos Limpios, que tiene 13 marcas aliadas, incluyendo a Henkel, Imel, Kleine, Kölor, Topex, Melón, Schneider, Soprole, Sorepa, Papa Johns y WOM.
- Sodimac fue parte de #Refriclaje, plan público-privado enfocado en lograr el recambio de refrigeradores antiguos en hogares; esto, en el contexto de la iniciativa "Acelerando la transición energética: hacia un mercado de refrigeradores y congeladores eficientes en Chile".
- Se lanzaron dos guías para proveedores, con orientaciones para seguir avanzando en la reducción de los impactos de empaques y embalajes, y potenciar la oferta de artículos sostenibles para los clientes.



OBJETIVOS DE DESARROLLO



En 2022, Sodimac realizó una segunda medición del impacto de los productos comercializados (fabricación, uso y fin de vida). Se identificó que representa un total de 2.073 ktCO₂e, es decir cuatro veces el impacto del resto de la operación (más información en Anexo Emisiones GEI). En el año se trabajó en refinar el modelo para cuantificar el impacto del uso de los productos vendidos y en una Hoja de Ruta para gestionar el impacto de esta nueva fuente de emisión, lo que requiere acciones colaborativas con la cadena de proveedores.



Sello Excelencia de Huella Chile

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

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

Entre las cinco empresas con más avances en la medición y reducción de su huella de carbono

El informe "Radiografía 2022: Vulnerabilidad Corporativa al Cambio Climático de las 100 Empresas de Mayor Tamaño en Chile", elaborado por SCX (la Bolsa de Clima de Santiago) y Deloitte, reconoció a Sodimac entre las cinco empresas con más avances en la medición y reducción de su huella de carbono, contribuyendo a la mitigación de los efectos de los gases de efecto invernadero (GEI). El reporte, que se presentó en el pabellón chileno de la 27 Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP27) de Egipto, evaluó a las 100 compañías de mayor tamaño en el país. Analizó cuatro dimensiones: la medición de las emisiones y verificación integral, el compromiso con una mitigación ambiciosa, la reducción efectiva de las emisiones y aceleración vía neutralización.

En el caso de Sodimac, el estudio resaltó que la empresa mide y gestiona en Chile desde 2010 su huella de carbono y resaltó que muestra una trayectoria positiva de emisiones, incluyendo las de alcance 3 (logística). Destacó también que neutraliza las emisiones de los despachos a domicilio. Adicionalmente, valoró el que cuente con contratos de energía renovable para reducir las emisiones de alcance 2.

Sodimac fue uno de los impulsores de la "Alianza para la Acción Climática (ACA)", instancia colaborativa público-privada que busca integrar el trabajo de múltiples actores no estatales a nivel nacional, para dar respuestas más coordinadas a la urgencia climática. Asimismo, participa en "La Hora del Planeta"; "Pacto Chileno de los Plásticos"; y "6D" con la reforestación del Cerro Renca, entre otras iniciativas de acción climática.



Compromiso Público Privado por la Electromovilidad

En 2022, la empresa se sumó nuevamente al Compromiso Público Privado por la Electromovilidad, como parte de sus acciones para contribuir a combatir el cambio climático. Es la única empresa del retail mejoramiento del hogar en adherir. Esta instancia, a la que se comprometieron diferentes compañías e instituciones, busca aunar esfuerzos para transitar hacia un transporte más sostenible en el marco de la nueva Estrategia Nacional de Electromovilidad. El sector transporte representa hoy cerca del 25% de las emisiones de gases de efecto invernadero de Chile, por lo que se estima clave desarrollar la electromovilidad para lograr la meta país de carbono neutralidad a 2050.

Comercio electrónico carbono neutral

Desde 2019, todos los despachos de la empresa por compras online son carbono neutral. Sodimac es la primera empresa en Chile que materializó este compromiso de forma permanente, gracias a un modelo que neutraliza las emisiones generadas mediante la compra de bonos de carbono vinculados a proyectos de energía renovable locales e internacionales.

El sistema es acreditado por la SCX, que entrega una licencia de certificación CO₂ Neutral al proceso de envío, garantizando el cumplimiento y trazabilidad de las etapas anteriores. Bajo este marco, durante 2022 la empresa compensó 181.119 viajes con despachos directos a domicilio (183.733 en 2021), transportando 3.517.662 reservas (versus 4.331.421 el ejercicio anterior), neutralizando un equivalente de 8.721 tCO₂e. Además, el 2,4% de los kilómetros recorridos en el despacho ya se están realizando con vehículos eléctricos (vs 0,8% en 2021).

Más información en www.scx.cl

Comprometidos con la electromovilidad

Sodimac avanza también decididamente en electromovilidad con la incorporación de vehículos eléctricos para sus despachos de última milla y abastecimiento en tiendas. Apoya además a firmas contratistas de transporte para el cambio a esta tecnología. Esto es especialmente relevante considerando que el transporte es el generador de huella de carbono más importante en el retail (sin incluir los productos comercializados). Hoy, el 65% de la flota base del principal centro de distribución ya cuenta con vehículos eléctricos para despachos de última milla.

Adicionalmente, fomenta la electromovilidad en sus clientes. En 2022, siguió habilitando puntos de carga en tiendas, los que ya suman nueve en Santiago y regiones. La meta es tener 30 puntos de carga para vehículos eléctricos al 2023 en alianza con Enel X Way, en centros de distribución, tiendas y oficina central.



Ecoeficiencia operacional

Por protocolo interno, toda nueva tienda o edificación asociada a las operaciones de Sodimac contempla lineamientos internacionales de desarrollo sustentable basados en las directrices del US Green Building Council, con estándares arquitectónicos y de infraestructura que propician un uso eficiente de los recursos.

Infraestructura sustentable

Sodimac busca al 2030 ser el primer retailer de Chile con Cero Emisiones Netas (Net Zero). En esa línea, durante los últimos años la empresa ha realizado profundas obras de renovación en sus instalaciones, imponiendo patrones de sustentabilidad en la construcción de nuevas tiendas, así como en los trabajos de ampliación y remodelación de estructuras ya existentes.

Esto se aplicó en la construcción de las dos nuevas tiendas inauguradas en 2022, así como en las ampliaciones y remodelaciones realizadas en el periodo.

El nuevo Homecenter Los Pablos, inaugurado en Temuco en 2022, contempla paneles solares en su techo. Sus 769 módulos fotovoltaicos generan lo equivalente a lo necesario para iluminar más de 170 hogares anualmente. A esta planta solar se suma el suministro con energías renovables no convencionales (ERNC) producto de un acuerdo a nivel nacional, con lo que la tienda se abastecerá en un 100% con energías limpias.

Además, cuenta con un punto limpio abierto a la comunidad el que se estima recibirá al año más de 10.000 visitas y sobre 110 toneladas de residuos. Este es el segundo de Sodimac en la ciudad y el número 21 de la empresa en el país.

El diseño de la nueva tienda posibilita el uso intensivo de iluminación de tecnología LED e incorpora un sistema de aire acondicionado de bajo consumo, entre otras medidas para ahorrar energía. Dispone de equipos y artefactos que reducen el consumo de agua, y plantas ornamentales de poca necesidad de riego.

Lo mismo aplica para el diseño del nuevo Homecenter Vallenar abierto en abril, que se suministra mediante un acuerdo nacional de abastecimiento con ERNC, de manera que la tienda se abastece en un 100% con energías limpias. También se está evaluando la instalación de una planta fotovoltaica.



Huella hídrica

(303-5)

Sodimac no utiliza agua para usos industriales, sino que fundamentalmente para el abastecimiento de trabajadores y clientes en duchas, casinos y servicios higiénicos, utilizando equipos y artefactos que permiten un uso eficiente del recurso.

El recurso hídrico utilizado por la empresa en sus instalaciones es suministrado por las empresas sanitarias de cada ciudad. Luego de su empleo, se descarga al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes.

Debido al bajo consumo de las tiendas y a su uso no industrial, la compañía no tiene proyectos específicos para reciclar o reutilizar agua. No obstante, en 2022 siguió levantando información sobre el consumo interno de agua, proceso que llevó a contabilizar un total de 1,1 mil m³ en el año, considerando establecimientos que cuentan con factura directa de la sanitaria y una estimación de los que cuentan con facturaciones indirectas.

Además, la empresa desarrolla campañas de consumo responsable entre los clientes, promoviendo la utilización de productos que aportan al ahorro de agua en el hogar.

Avances en ERNC

La compañía desarrolla un plan dirigido a abastecerse cada vez más con energías renovables no convencionales (ERNC), una meta en la que se ha avanzado con éxito: al cierre de 2022, ya se abastecía en más de un 70% con energías limpias en Chile y espera llegar al 100% en 2030, lo que considera paneles solares en todas sus instalaciones con factibilidad técnica.

En 2022 este proceso continuó con la instalación de sistemas fotovoltaicos en 2 tiendas, con lo cual se llegó a un total de 49 en el país. Con su funcionamiento es posible generar cerca de 17 GWh, evitando la emisión 5 ktCO₂e.

A esto se suma el acuerdo suscrito por el grupo Falabella con Enel, gracias al cual se accedió a un total cercano a 71 GWh en 2022, lo que permitió evitar la emisión de 21 ktCO₂e.

Esto se suma a una serie de medidas de ecoeficiencia en la operación, incluyendo el plan progresivo para incorporar electromovilidad tanto en los despachos a clientes como en el funcionamiento de los centros de distribución y tiendas.

Gastos e inversiones ambientales

En 2022, Sodimac realizó importantes inversiones en materia medioambiental. Más información en nota de medioambiente de estados financieros.

Nombre del Proyecto (M\$)	2020	2021	2022
Cambio de luminarias	918.568	360.970	833.315
Puntos Limpios	691.817	786.629	925.842
Tratamiento residuos	22.328	73.689	146.809
Medición Huella de Carbono	46.340	9.926	73.720
Inventario REP	21.789	13.837	21.167
Declaraciones Ambientales	30.332	43.082	52.215
Plataforma Medioambiental	23.843	23.992	110.942
Asesoría Productos ECO	-	20.111	-
Asesoría Paneles Solares	-	6.000	10.501
Total	1.755.017	1.338.236	2.174.511

Fuente: Sodimac.



Cumplimiento y Gestión de residuos

Cumplimiento de gestión ambiental

La compañía posee un Área de Medioambiente. Dependiente de la Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento, está a cargo de identificar riesgos y liderar iniciativas para cumplir con la normativa ambiental vigente y con los compromisos adquiridos por la adhesión voluntaria de la empresa a diversos acuerdos en esta materia.

La Política de Sostenibilidad de Sodimac contempla, asimismo, ingresar declaraciones en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), del Ministerio de Medio Ambiente.

Los requerimientos legales que orientan las acciones de la compañía en estos ámbitos abarcan doce puntos:

1. Manejo y disposición de residuos

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

2. Emisiones de fuentes fijas

La empresa realiza una inscripción de los grupos electrógenos y bombas de incendio de todos sus establecimientos, y un

monitoreo mensual del consumo de combustible y horas de uso de dichos equipos. También efectúa una declaración anual por tienda en el sistema RETC.

3. Contaminación lumínica

Para resguardar de contaminación lumínica a los observatorios astronómicos que operan en las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo, una legislación especial regula el tipo y ángulo de instalación de las luminarias exteriores.

4. Casinos de alimentación

Una resolución sanitaria de la SEREMI de Salud autoriza el funcionamiento de estas instalaciones, las que también cumplen con una serie de exigencias de infraestructura.

5. Seguimiento Resolución de Calificación Ambiental (RCA)

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

6. Control de plagas

Periódicamente se aplican procedimientos de control de plagas y sanitización, según los requerimientos de cada



instalación, para mantener las condiciones de higiene y salubridad de trabajadores y clientes.

7. Sustancias Peligrosas

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

8. Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

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

9. Permisos Superintendencia de Electricidad y Combustibles

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

10. Permisos municipales

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

11. Calificación industrial

Evalúa los riesgos en cuanto a daños y perjuicios que el funcionamiento de una instalación pueda causar a trabajadores, vecindario y comunidad, y las actividades que puedan ser inofensivas, molestas, insalubres, contaminantes o peligrosas. Busca generar condiciones para que la localización de las actividades sea acorde a lo permitido en los Planos Reguladores Comunales y esté en armonía con el entorno residencial y medioambiental.

12. Informe sanitario

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

Plan de Cumplimiento por ruidos molestos en tienda

(307-1)

En 2022, la compañía tramitó un proceso de denuncia formal a la autoridad ambiental por ruidos molestos en una tienda de la cadena. En respuesta, la empresa elaboró un Plan de Cumplimiento para dicho establecimiento, ya aprobado por la Superintendencia de Medio Ambiente y en ejecución, que consta de las siguientes medidas:

- Eliminación de uno de los dos grupos electrógenos existentes e insonorización del que se mantendrá en la tienda.
- Cambio de las grúas horquillas a gas por vehículos eléctricos.
- Cambio de ubicación de los contenedores de residuos hacia una zona alejada de los vecinos afectados.
- Cambio en los horarios de operación.
- Restricción del número de camiones en tránsito dentro de la tienda.

Gestión de residuos

(306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5)

Sodimac tiene una política para la recuperación, reciclaje y disposición de materiales de desecho propios y generados por la comunidad.

Disposición de residuos no peligrosos

Junto a Sorepa (Sociedad Recuperadora de Papel), la empresa aplica un plan para el reciclaje de papeles y cartones provenientes del proceso de embalaje efectuado por proveedores. En 2022 se reciclaron 7.406 toneladas de material, incluyendo papel blanco y de revista, cartón y otros, y del ítem mixto papeles y cartulinas blancas y coloreadas, además de filme plástico y maderas.

Los residuos no peligrosos que aún no cuentan con un plan de valorización y son dispuestos en rellenos sanitarios debidamente autorizados sumaron 31.586 toneladas.

Economía circular

Entre los proyectos de economía circular que desarrolla Sodimac con miras a reducir residuos y contribuir a menores emisiones de gases de efecto invernadero, destaca el reciclaje de la madera proveniente de los residuos operacionales (pallets). Mediante logística inversa, esta se lleva a la planta de la empresa Armony para ser transformada en Mulch y compost, productos comercializados en las tiendas. En 2022 se reutilizaron 1.966.010 kilos de madera evitando su disposición en rellenos sanitarios y transformándolos en productos que en su uso tienen un impacto positivo en el medioambiente.

Adicionalmente, se reciclan las mermas de alimento para mascotas, las cuales son llevadas a la planta de Ecofeed como insumo para generar nuevo alimento para animales. En 2022 se gestionaron 3.959 kilos.

Aspecto	Unidad	2020	2021	2022
Residuos no peligrosos enviados a relleno sanitario	t	24.332	34.427	31,586
Residuos no peligrosos valorizados	t	5.262	6.941	7,182
Reciclaje propio - cartón, papeles y bobinas	t	4.471	5.532	4,827
Reciclaje propio - papel y filme plástico	t	241	275	354
Reciclaje propio - maderas	t	215	93	-
Reciclaje propio - maderas a mulch y compost	t	335	1.042	1,992
Reciclaje propio: orgánicos	t	-	-	9
Residuos gestionados en Carcenter	t	228	213	224
Neumáticos fuera de uso (NFU)	t	148	156	153
Baterías fuera de uso	t	80	57	71

Fuente: Sodimac

Disposición de residuos peligrosos

La empresa aplica un protocolo para eliminar residuos sólidos y líquidos originados por la operación de las tiendas que pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente. Incluye la disposición de baterías usadas, tubos fluorescentes, artículos electrónicos, tarros de pintura vacíos, envases de solvente, aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos, los cuales se acopian y almacenan en contenedores plásticos debidamente rotulados. Además, existe un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos y cada tienda cuenta con equipos de derrame distribuidos en las áreas de almacenaje de productos químicos, para que su manipulación sea debidamente controlada.

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

Disposición	Unidad	2020	2021	2022
Residuos peligrosos enviados a tratamiento	T	35	50	43

Red Nacional de Puntos Limpios

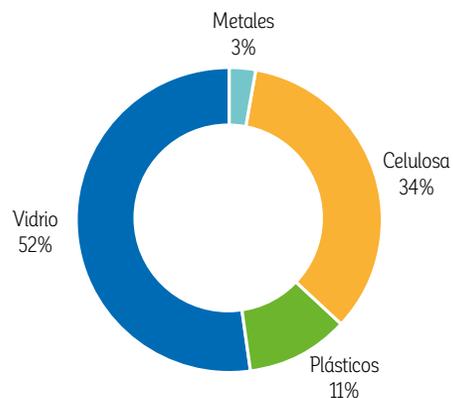
A lo largo de doce años, la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac ha contribuido al reciclaje de 23.270 toneladas de materiales, con más de 3,9 millones de visitas. En 2022 se inauguró un nuevo punto limpio en Temuco, con lo que la red cuenta ya con 21 ubicaciones desde Arica a Chiloé. De éstas, 19 están abiertas al público y dos se habilitaron para trabajadores de la oficina central y del principal centro de distribución.

Consolidada como la iniciativa de su tipo de mayor alcance en el país, y operada junto a TriCiclos, la red recibe 14 tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, incluyendo plásticos PET, polietileno, polipropileno, poliestireno, vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva, tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros, que se compactan y envían a empresas de reciclaje, además de residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso), a través de una alianza con WOM.

Reciclaje en Puntos Limpios			
	2020	2021	2022
Toneladas	2.409	1.961	2.609
Visitas	268.322	173.484	260.695

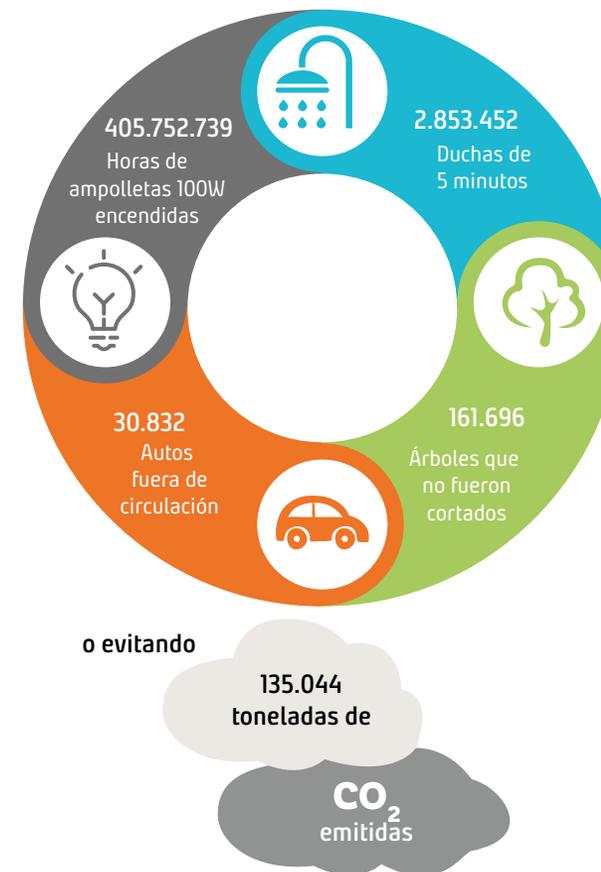
Fuente: TriCiclos.

Materiales Reciclados 2022



Fuente: TriCiclos.

ECOEQUIVALENCIA ACUMULADA





Nuevas marcas colaboradoras e impacto de las alianzas

Con la Red Nacional de Puntos Limpios, Sodimac contribuye a reducir el impacto ambiental de su operación y se acerca al objetivo de “cero residuos”, dando además espacio a la comunidad para minimizar y disponer responsablemente de sus desechos. Para potenciar estos objetivos, se han establecido alianzas que permiten expandir el tipo y volumen de materiales posibles de recibir.

En 2022, se sumaron como socias colaboradoras las marcas La Crianza y Transaco, empresa del grupo Owens Corning especialista en soluciones de aislamiento térmico y teja asfáltica para el hogar. Con esto participan 13 marcas aliadas que incluyen a Henkel, Imel, Kleine, Kolor, Topex, Melón, Schneider, Soprole, Sorepa, Papa Johns y WOM.

En el año se desarrolló un exitoso proyecto piloto con La Crianza, lográndose reciclar más de seis toneladas de envases PP5 flexible

y plásticos N°7. Esta marca desarrolla un proyecto de fabricación de ecomadera para construir senderos sostenibles en parques del país a partir del reciclaje de sus envases.

Transaco espera sumar iniciativas que permitan a los clientes y usuarios finales disponer de alternativas concretas para la reutilización de productos cuando necesiten renovar o cambiar un techo, fachada o aislación de su vivienda, oficina o comercio.

Desde 2018 se trabaja con la compañía de telecomunicaciones WOM para recibir residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso), reciclarlos o reutilizarlos en conjunto con la Fundación Chilenter. Este proceso incluye extraer y reutilizar componentes que pueden ser nocivos para el medioambiente. En 2022, se recuperaron más de siete toneladas de este tipo de dispositivos.

Certificación de recicladores de base

En un trabajo conjunto con TriCiclos y empresas certificadoras, Sodimac puso a disposición su Red Nacional de Puntos Limpios, como un espacio para acreditar las competencias de recicladores de base que se dedican a la recolección y posterior venta de material reciclable, a través del retiro en casas, empresas pequeñas y la calle, principalmente. La Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) los considera un actor relevante para su implementación, pero exige que estén acreditados y tengan una certificación.

En 2022, se certificaron 74 recicladores de base en puntos limpios de Sodimac, y se sumarán más en 2023.

De esta manera, se busca aportar al desarrollo y formalización de la importante labor que realizan estas personas para cuidar el medioambiente y además generar una fuente de ingresos para ellos y sus familias.





Fomento al Reciclaje para clientes

En el contexto de la implementación de la Ley REP, Sodimac -con el apoyo de diversas entidades- aporta con acciones para incentivar hábitos de reducción, reutilización y reciclaje tanto a nivel de organizaciones como de hogares. Para ello, impulsa iniciativas como las siguientes:

- Gestión de residuos para reciclar papel, cartón, stretch film y avances en disposición de madera, alcanzando una tasa de reciclaje cercana a un 19%, considerando sólo residuos postindustriales propios de la operación en tiendas.
- Aporte a la gestión de residuos de la comunidad con la Red Nacional de Puntos Limpios.
- En 2016, Sodimac suscribió un Acuerdo de Producción Limpia (APL), estableciendo un plan de gestión que, desde 2018, ha significado recuperar aproximadamente 40 mil baterías fuera de uso de automóviles (equivalentes a unas 500

toneladas), aportadas por clientes de la red Car Center y a través de campañas específicas a nivel nacional en tiendas Sodimac Homecenter. En 2022, este servicio se extendió de forma permanente a toda la comunidad y el total de las tiendas, con lo cual la empresa espera duplicar el material reciclado.

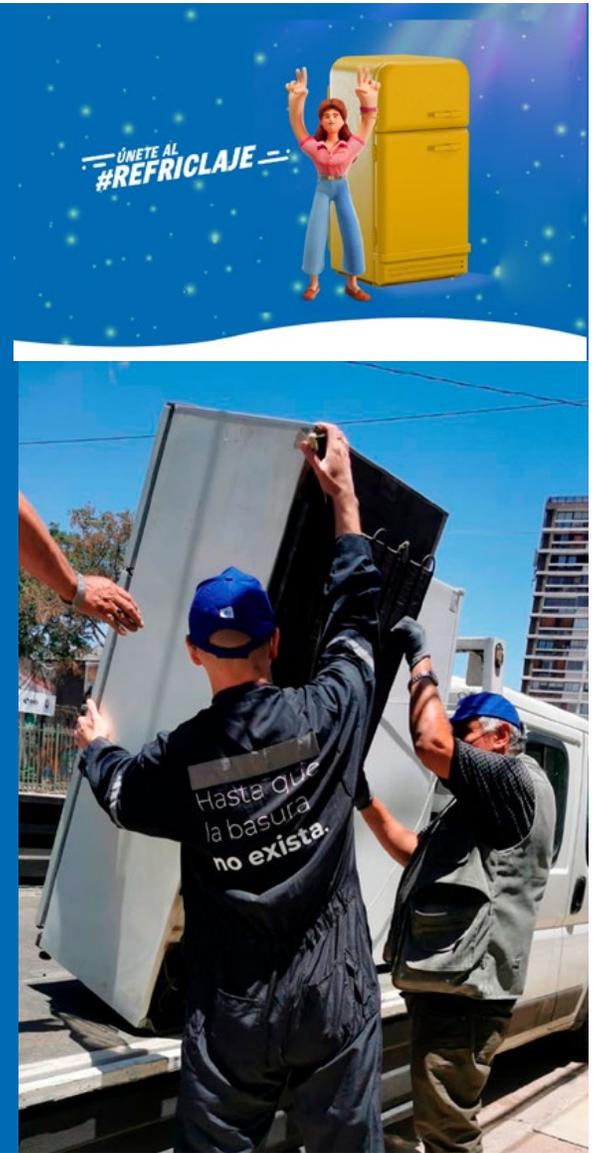
- Desde 2019, Sodimac adhiere a otro APL destinado a generar un sistema de gestión colectivo para el manejo de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) y mejorar la información del sector. Entre sus principales acciones, destaca la definición de un modelo de inclusión de los recicladores de base en la gestión y manejo de estos materiales, considerando temas de almacenamiento, transporte, pretratamiento y peligrosidad. Además, se elaboró un mapa de acciones y pilotos público-privados vigentes de recuperación y valorización de AEE post consumo, para levantar información confiable y extrapolable sobre la capacidad real de gestión, así como el desarrollo

#Refriclaje: Aportando a la transición energética

A lo largo de 2022 Sodimac fue parte de dos campañas que, bajo el hashtag #Refriclaje, se enfocó en completar el recambio de 1.600 refrigeradores antiguos, ofreciendo un descuento de 40% sobre el precio regular en la compra de aparatos nuevos altamente eficientes, junto con el servicio gratuito de retiro y reciclaje.

De esta forma, la empresa contribuyó a la iniciativa "Acelerando la transición energética: hacia un mercado de refrigeradores y congeladores eficientes en Chile", una alianza público-privada que busca renovar aquellos aparatos con más de 15 años de antigüedad que están funcionando en Chile, los cuales consumen el doble de energía que los más nuevos y eficientes, y funcionan con gases refrigerantes que provocan un daño ambiental importante.

En el proceso, se logró recolectar casi 100 toneladas de residuos. Destacaron aquellos de tipo ferroso, además de plásticos, espumas, vidrio y los citados gases refrigerantes, todos los cuales recibieron un adecuado manejo ambiental por parte de la empresa Reciclapp, que se encargó del retiro de los refrigeradores antiguos, junto a recicladores autorizados y Regener, planta donde se realizó el acopio de los aparatos.



de campañas educativas a la comunidad sobre el manejo de este tipo de productos.

- La recuperación de neumáticos fuera de uso de los clientes de los Car Center alcanzó 153 toneladas en 2022.
- Los servicios de reciclaje a domicilio de muebles y electrodomésticos, entre los que destacan lavadoras, refrigeradoras y cocinas, como parte del programa de recuperación de diferentes elementos en desuso de los clientes para su refacción y/o reciclaje, permitieron recuperar 8,7 toneladas en 2022.

Participación en el “Pacto Chileno por los Plásticos”

La empresa forma parte del “Pacto Chileno por los Plásticos” (PCP). Esta iniciativa, liderada por Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente, busca acelerar el cambio del modelo lineal en el que se encuentran la mayoría de los envases y embalajes plásticos, por uno circular, que permita aprovechar todas las virtudes de este material conservando su valor y uso por el mayor tiempo posible, reduciendo el impacto negativo de estos residuos y evitando alternativas poco beneficiosas.

Bajo este marco, durante el año se produjeron varios hitos en el país, entre ellos, la entrada en vigor de la Ley 21.368 o de Plásticos de Un Solo Uso (PUSU), que apunta a evitar que este tipo de material, tras ser usado, termine en los ecosistemas.

En esa línea, junto a Unilever y Algramo, en 2022 se desarrolló un piloto para recargar productos de limpieza en envases reutilizables.

Sodimac apoyó la “Semana del Reciclaje” que organizaron Fundación Chile y el Pacto Chileno por los Plásticos, desarrollando diversas actividades en sus Puntos Limpios para informar sobre cómo segregar los residuos y generar conciencia en la comunidad para incentivar el reciclaje.



Promoviendo la sustentabilidad

Empaques y diseño de productos

Para minimizar los residuos potenciales del empaque de los productos que comercializa, Sodimac cuenta con un programa de *rightsizing* dirigido a reducir el consumo de plástico y cartón, logrando un uso eficiente de los espacios en contenedores, bodegas y tiendas mediante embalajes ajustados al tamaño del artículo, y la disposición de más productos en un solo despacho. Con esto, además, se generan menos emisiones de CO₂ por concepto de gasto de combustible para transporte.

La empresa busca que el 100% de los envases y embalajes de los productos que comercializa sea reciclable. En el ámbito de las marcas desarrolladas por Sodimac, un estudio de materialidad del empaque estableció que en 2022 el 84,2% de esta mercadería podía ser clasificado como reciclable. Además, la empresa se ha impuesto la meta que al 2026 el 30% de los productos de las marcas propias sea sustentable.

Educación y consumo responsable

Para difundir y fomentar hábitos de cuidado del medioambiente y economía circular entre sus públicos de interés, Sodimac emplea diversas plataformas propias (catálogos, sitio web, campañas publicitarias y presencia en tiendas, y contenido de "Hágalo Usted Mismo") que le permiten sensibilizar y generar cambios de conducta que contribuyen a combatir el cambio climático y sus efectos.

Productos y Servicios Sostenibles

Como parte de la iniciativa "Cuidemos La Casa de Todos", al cierre de 2022 Sodimac ofrecía cerca de 5.800 productos y servicios sostenibles, los cuales deben cumplir normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad para poder incorporar una rotulación especial.

Estos artículos pueden incluir aquellos que reducen o evitan el consumo de energía o agua, son fabricados cuidando los recursos naturales y transparentan su impacto ambiental, o aquellos que aportan a un ambiente interior sano y libre de partículas químicas dañinas en el hogar. Se agregan también los productos fabricados a partir de material reciclable, reutilizables o compostables, y los socialmente responsables.

Productos Sostenibles

Criterios de Sostenibilidad	2020	2021	2022
Ahorro y eficiencia de energía	1.470	1.005	1.537
Ahorro y eficiencia de agua	380	385	478
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	498	478	449
Productos que provienen de manejo sustentable	615	1.247	1.039
Hogar saludable	1.416	1.443	2.401
Comercio inclusivo	54	127	156
TOTAL	4.433	4.685	5.789

Fuente: Sodimac.



Encuentros por la sostenibilidad

La sostenibilidad fue uno de los temas centrales en los dos eventos de Encuentro con Proveedores realizados durante 2022. Durante estas reuniones se destacó la necesidad de aumentar los productos y servicios con atributos sociales y medioambientales, y potenciar las acciones hacia la comunidad.

Durante el año también se llevaron a cabo webinars para ayudar a los proveedores en el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) de Chile.

- **Servicios sustentables**

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

- **Fabricación y venta de mulch**

La alianza con Armony permite transformar pallets de desechos en un producto que, al recubrir superficies de maceteros o jardines, evita la evaporación del agua. También se elabora compost multipropósito con residuos de plantas y maderas de tiendas. En 2022 se reutilizaron con estos propósitos 1.966.010 kilos de madera, evitando su disposición en rellenos.

- **Madera sustentable**

Toda la madera comercializada proviene de fuentes conocidas, controladas y amigable ambientalmente. Asimismo, la empresa tiene especial cuidado en capacitar

permanentemente a los pequeños y medianos proveedores para asegurar una explotación sostenible de los bosques.

- **Reciclaje mermas de alimento para mascotas**

Este programa permite llevar este tipo de residuo a la planta de la empresa Ecofeed, que los emplea como insumo para generar nuevo alimento para animales. Gracias a lo anterior, en 2022 se recuperaron y reutilizaron 3.959 kilos de material.

Orientando a la cadena de valor

Los proveedores cumplen un rol clave en el objetivo de Sodimac de avanzar hacia una oferta que cumpla los mejores estándares en cuanto a protección del medioambiente. Por este motivo, con el apoyo de la consultora Ecoestrategia se elaboró la guía denominada “Sistema de Productos Sostenibles”, que define seis criterios para evaluar la mercadería desde este punto de vista, estableciendo que



Sostenibilidad: Guía de Empaques y Embalajes para Proveedores

Sodimac Chile

al menos uno de ellos debe estar presente para cumplir dicha condición: producción sustentable, consumo eficiente de agua, eficiencia en energía, hogar saludable, circularidad y reciclaje, y comercio inclusivo.

También se lanzó la Guía de Empaques y Embalajes que establece los requisitos y procedimientos para que los empaques de los productos tengan el tamaño idóneo, a través del rediseño y rightsizing, y sean reciclables para generar la menor cantidad de residuos posibles. El manual establece las metas de la Hoja de Ruta de Empaques y Embalajes de Sodimac al 2023: asegurar que todos los empaques y embalajes de productos de sus marcas propias

sean reciclables en la región, avanzar en que los empaques pasen por el proceso de rightsizing y que contengan material reciclado, además de etiquetar todos los empaques con información de cómo reciclarlos. Las marcas propias de Sodimac ya tienen eco etiquetados, pero se extenderá a todos los productos para que los clientes identifiquen los distintos componentes del envase, el material del que están hechos e indicaciones para su correcto reciclaje.

En conjunto con el grupo Falabella, en tanto, la compañía está avanzando en definiciones estratégicas para abordar el impacto de la huella de carbono desde el momento de la fabricación de los productos.

Apoyo a iniciativas público-privadas

Anualmente, la empresa se hace parte de acciones impulsadas por diversas instituciones con el objetivo de cuidar el medioambiente:

• *Certificaciones del Programa Huella Chile*

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

En 2022, este programa voluntario nuevamente reconoció a la empresa con el Sello de Excelencia por su compromiso y acciones adoptadas para reducir el impacto de sus emisiones, convirtiendo a Sodimac en la única compañía del sector retail en recibir esta distinción.

• *Participación en el “Acelerador de la Ambición Climática”*

La empresa forma parte del programa “Acelerador de la Ambición Climática” de Pacto Global de Naciones Unidas,

del cual la compañía es miembro desde 2007. La iniciativa entrega a las empresas conocimientos y habilidades para avanzar más rápidamente en ambición climática y fijar objetivos de disminución de emisiones en base a la ciencia y alineados con el escenario de 1,5°C del Acuerdo de París.

• *Alianza por la Acción Climática (ACA Chile)*

Sodimac fue uno de los impulsores de la “Alianza para la Acción Climática (ACA Chile)”, instancia colaborativa público-privada que busca integrar el trabajo de múltiples actores no estatales a nivel nacional, para dar respuestas más coordinadas a la urgencia climática.

• *Race to Zero*

Desde 2021, Sodimac adhiere a Race to Zero, la mayor alianza global de carbono neutralidad. Su objetivo es impulsar la transformación hacia una economía descarbonizada mediante la colaboración entre gobiernos, ciudades, regiones, empresas e inversionistas, para llegar a un mundo con cero emisiones netas de carbono a 2050. Esto se suma al compromiso asumido por la compañía de alcanzar una situación de carbono neutralidad al 2030 en los alcances 1, 2 y 3 (incorporando gestión de residuos



y despachos a domicilio) y, como parte de CLG o Grupo de Líderes Empresariales por la Acción Climática, de implementar un completo programa de gestión ambiental para combatir el cambio climático.

• *La Hora del Planeta*

Entre las 20.30 y las 21.30 del sábado 26 de marzo, Sodimac nuevamente se sumó a “La Hora del Planeta”,

la mayor iniciativa global para generar conciencia sobre el cambio climático. Mantuvo apagados durante una hora los letreros de las fachadas en todas las tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas. Además, realizó acciones de difusión de la actividad invitando a trabajadores, clientes y la comunidad en general a hacerse parte desde sus hogares.



Compromiso con la comunidad



Compromiso con la comunidad

Sodimac mantiene canales permanentes de relacionamiento con las comunidades que pueden resultar impactadas por sus operaciones. También impulsa políticas de inversión social, apoya la labor de diversas fundaciones enfocadas en mejorar la calidad de vida de las personas e incentiva la participación de sus trabajadores en voluntariado corporativo.



Temas estratégicos

- Inversión social
- Gestión del entorno

Hitos 2022

- El programa de voluntariado Construyendo Sueños de Hogar recibió un récord de postulaciones, materializando durante el año 84 proyectos que beneficiaron a cerca de 50 mil personas.
- Fortaleciendo los esfuerzos de gestión territorial en la fase de operación de las tiendas y otras instalaciones, se lanzó un nuevo protocolo para la gestión de consultas, inquietudes o solicitudes de vecinos que contribuye a hacer más eficiente la resolución y entrega de soluciones concretas.
- Como integrante de la red Movidos x Chile, la compañía colaboró activamente en labores de apoyo a las comunidades afectadas por los incendios en las ciudades de Antofagasta, San Fernando, Castro y Viña del Mar, aportando centros de acopio, logística, kits de emergencia, financiamiento a fondos de reconstrucción y mano de obra solidaria de voluntarios de la empresa.

OBJETIVOS DE DESARROLLO



Sodimac y las comunidades locales

Gracias a los canales de escucha, las continuas evaluaciones cualitativas y cuantitativas de los impactos operacionales, y el trabajo con organizaciones aliadas, la compañía dispone de valiosa información que le permite comprender las necesidades y expectativas de las comunidades con las cuales se encuentra vinculada. Sobre esa base, impulsa acciones dirigidas a poner en valor sus políticas de relacionamiento.

Inversión social (203-1)

Ámbito	Tipo				Total General
	Dinero		Especies		
	\$M	%	\$M	%	\$M
Inversión comunitaria	\$1.839.307	80%	\$459.498	20%	\$2.298.805
Donaciones	\$13.200	100%	\$52	0%	\$13.252
Iniciativas comerciales	\$173.162	100%	\$ -	0%	\$173.162
Total	\$2.025.669	82%	\$459.550	18%	\$2.485.219

Gestión territorial (413-1; 413-2)

Sodimac cuenta con un Sistema de Gestión Territorial que busca entender las necesidades del entorno, de manera que las operaciones, a lo largo de todo su ciclo de vida, sean respetuosas y aporten al desarrollo de vecinos y comunidad.

En este esfuerzo se integran, además, los indicadores de medición de la categoría "Comunidad", considerados en el Stakeholders Sustainable Index SSINDEX (Índice Sostenible de los Grupos de Interés), elaborado por ESG Compass, apuntando específicamente a la gestión de riesgos y monitoreo sostenible en el relacionamiento con la comunidad.

Este sistema considera diferentes líneas de acción, siendo el Programa de Relacionamiento Comunitario Sodimac (RECSO) el encargado de definir el trabajo colaborativo con las comunidades a lo largo de las diferentes fases que comprende el ciclo de vida de un proyecto:

- **Aprobación, licitación, contrato y construcción:** El área de Planificación, Desarrollo y Proyectos de Sodimac utiliza la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), herramienta especialmente diseñada para la compañía, que se aplica en cada territorio donde se estudian obras, ampliaciones y remodelaciones. Permite orientar el relacionamiento con el entorno y anticipar un diálogo oportuno con los vecinos en el desarrollo de



los proyectos, así como generar medidas técnicas, económicas y sociales, procurando una gestión oportuna incluso si los proyectos son ejecutados por desarrolladores externos. De esta manera, se procura que las actuales o nuevas inversiones cumplan la normativa y también logren el estándar de Sodimac en materia de crecimiento sostenible.

- **Operación de la tienda:** se abordan las externalidades que puedan estar impactando a los vecinos directos de una tienda, para lo cual se buscan soluciones coordinadas con la comunidad. En esta etapa también se considera la vinculación a largo plazo, a través del desarrollo de acciones sociales como Construyendo Sueños de Hogar.

Empleabilidad local

Sodimac privilegia la generación de empleo local y contrata trabajadores que residan en el radio de influencia de sus tiendas. Esta política abre oportunidades laborales en comunidades vecinas y reduce los tiempos de desplazamiento del personal, contribuyendo a su calidad de vida. Los líderes de las tiendas también responden a este criterio o se les ofrece la posibilidad de reubicarse desde otras zonas, dado su conocimiento y experiencia.

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

En 2022, la compañía contrató a 1676 nuevos trabajadores (743 hombres y 933 mujeres).

- **Cierre de una instalación o tienda:** En la última etapa del ciclo de un proyecto, el foco es comunicar a vecinos y organizaciones sociales cercanas los plazos, medidas de mitigación y seguridad que comprenderá este proceso.

En 2022, se realizaron importantes avances en la implementación del programa RECSO, focalizando el trabajo en la etapa de operación de tiendas, que es cuando habitualmente se presentan las mayores exigencias con la colindancia. Durante el año se estableció un protocolo para la gestión de consultas, inquietudes o solicitudes de vecinos, formalizando una práctica que ya se realizaba en tiendas con alguna complejidad territorial. De este modo, se definieron una estructura y criterios que ayudan a hacer más eficiente la resolución de estas inquietudes y entregar soluciones concretas a los vecinos.

Asimismo, se aplicó una encuesta a los gerentes regionales y gerentes de tienda que permitió actualizar la información

sobre las características de entorno que rodea cada operación, el estado de la relación con vecinos, las mejoras realizadas a nivel operacional y planificar la implementación del RECSO en las tiendas, especialmente en aquellas priorizadas en base a su situación territorial. Con este fin, durante agosto la Gerencia de Sostenibilidad coordinó una charla con los gerentes de las tiendas priorizadas para sensibilizar sobre las nuevas necesidades de los territorios y cómo gestionarlas.

El desafío para 2023 es avanzar con el fortalecimiento de vínculos permanentes y canales de comunicación directos entre las tiendas priorizadas y sus vecinos. Esto considera la implementación programas sociales que permiten estrechar estos lazos, ya sea a través de talleres o actividades para la comunidad y el Programa de inversión comunitaria Construyendo Sueños de Hogar, como de una herramienta que permita registrar y gestionar correctamente inquietudes que puedan levantar vecinos de las tiendas.





Construyendo Sueños de Hogar

A través del programa “Construyendo Sueños de Hogar”, Sodimac y sus trabajadores contribuyen al desarrollo de las comunidades ubicadas en el entorno de tiendas, centros de distribución y oficinas centrales.

Es un fondo concursable al que postulan organizaciones comunitarias con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno, los que son evaluados por el Comité Ejecutivo Técnico de Sodimac y representantes de la Comunidad de Organizaciones Solidarias (COS), considerando su impacto social.

La compañía entrega los materiales necesarios y su transporte, y voluntarios de la empresa se encargan de hacer realidad dichos proyectos mediante una labor en equipo con vecinos de las propias comunidades.

En 2022, se desarrollaron 84 proyectos que beneficiaron a unas 50 mil personas (de un total récord de 843

postulaciones, incluyendo por primera vez iniciativas con impacto social-medioambiental). Entre los proyectos realizados, destacan un espacio para fomentar el deporte y cuidado del medioambiente en el Consejo Local de Salud Las Palmas en Valparaíso y la implementación de una sala comunitaria de Red Alimentos en San Bernardo para entregar alimentos y artículos de primera necesidad a adultos mayores de bajos ingresos.

Como parte de este programa, a nivel interno, además se desarrollan proyectos para mejorar los hogares y calidad de vida de trabajadores de la empresa. En 2022, esto benefició a 70 colaboradores.

Desde su creación hace 16 años, “Construyendo Sueños de Hogar” ha desarrollado 921 proyectos, beneficiando directamente a más de 335 mil personas y a nivel interno se han materializado 727 proyectos.

En 2022, “Construyendo Sueños de Hogar” desarrolló 84 proyectos, beneficiando directamente cerca de 50 mil personas.

Alianza con Late!

Existe una alianza hace más de 10 años con esta Empresa B, a través de la cual se destina el 100% de las utilidades generadas por las ventas de agua embotellada en nuestras tiendas a TECHO, organización que emplea este financiamiento en la construcción de viviendas de emergencia para familias vulnerables del país.

Murales para Chile

Sodimac y Falabella Retail, junto a Fundación Antenna, continuaron con el proyecto “Murales para Chile”, iniciativa que busca acercar el arte a colegios beneficiados por el programa Haciendo Escuela y visibilizar el trabajo de artistas emergentes.

En 2022, se ejecutó en seis colegios ubicados en Calama, Penco, Valdivia, Chillán, La Calera y Puente Alto, que se sumaron a otros cuatro realizados en 2021.

Cada proyecto contempla un trabajo integral. En primer lugar, el artista diseña una pieza monumental en la fachada del recinto educativo, que se inspira a través de la convivencia con la comunidad escolar. La obra también se incorpora a la cotidianidad de los vecinos, logrando ser parte del patrimonio del barrio. En paralelo, los estudiantes participan en talleres de arte urbano acompañados de un especialista, lo que se concreta a través de una intervención colectiva de una pared interna del colegio junto a docentes y voluntarios de Falabella Retail y Sodimac.



Nuestras alianzas sociales

(2-28)

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

TECHO

Es un aliado estratégico desde hace 16 años en el desafío de avanzar hacia ciudades más justas y sostenibles. El trabajo en conjunto busca brindar apoyo a familias que habitan en campamentos para que accedan a una vivienda definitiva. Sodimac realiza aportes y ofrece precios preferenciales que permiten a la Inmobiliaria Social de TECHO -entidad formalmente a cargo de gestionar los proyectos- contar con los materiales y el apoyo logístico con los cuales avanzar en su desarrollo.

Gracias al trabajo de la Inmobiliaria Social con las comunidades, a la fecha se han entregado 99 Proyectos de vivienda para 8.281 familias a lo largo de Chile.

Asimismo, hace 3 años se festeja la “Primera Navidad en Casa” con las familias que han recibido sus viviendas durante el año en curso. En 2022 se celebró con 260 niños y niñas de la comunidad en Chillán, donde Techo coordina un Proyecto de Integración Social en el que 10 familias de campamento recibieron sus casas. Para esta actividad se decoró la sede social y se realizaron diversas actividades navideñas.

La empresa también se sumó a la campaña “Un Techo en tu Nombre”, que buscó convocar nuevos socios en el marco del 25 aniversario de esa organización, brindando espacio en sus tiendas.

Más información en www.techo.org/chile

Fundación Junto al Barrio

Durante ya una década de trabajo conjunto entre Sodimac y Junto al Barrio, la empresa ha podido apoyar económicamente y con trabajo voluntario diversas iniciativas desarrolladas por esta fundación para mejorar el entorno y contribuir a la calidad de vida de personas pertenecientes a grupos vulnerables del país.

Entre estos proyectos destaca la renovada Plaza Angol, inaugurada en agosto de 2022 en el tradicional barrio Lo Negrete de Renca. La iniciativa, que contempló el diseño y construcción de un espacio de 3.000 mt², se desarrolló en conjunto con Junto al Barrio y la Municipalidad de esa comuna, con la activa participación de vecinos y voluntarios de Sodimac.

Más información en www.juntoalbarrio.cl

Déficit Cero

El objetivo principal de Déficit Cero es la superación del déficit habitacional que existe en nuestro país y, para avanzar en esta meta, se desarrollan diversos estudios para proponer soluciones a la política pública con acciones de colaboración entre diversos estamentos de la sociedad. Se han desarrollado capacitaciones a líderes de comités de vivienda y se prepara para enero 2023 un encuentro internacional de Vivienda y Ciudad.

Más información en www.deficitcero.cl



Base Pública

A través de su participación en Base Pública, Sodimac se relaciona con una red de personas y organizaciones unidas por la sostenibilidad, haciendo difusión de propósitos, ideas y acciones de diferentes agentes de cambio sociales y ambientales. El objetivo es impulsar una transformación social más humana y colaborativa.

En 2022, Base Pública desarrolló reportajes y publicaciones, como RESET, visibilizando prácticas empresariales de gran impacto. El material difundido fue el fruto de pautas levantadas colaborativamente entre Sodimac y organizaciones de la sociedad civil, abordando temáticas vinculadas a trabajo territorial, impulso de políticas públicas para una ciudad más justa, sostenibilidad (empresas y propósito), vivienda, comunidad y calidad de vida.

Más información en www.basepublica.cl

Movidos x Chile

La compañía integra Movidos x Chile, iniciativa que nace a partir de la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de generar una coordinación permanente entre diferentes entidades para prestar apoyo ante catástrofes y/o crisis que puedan ocurrir en el país. Para activar su participación en caso de que se produzcan ese tipo de contingencias, Sodimac elaboró protocolos con procedimientos y conformó un Comité Operacional de Emergencias.

En 2022, esta red articuló a más de 27 organizaciones entre sociedad civil, empresas, instituciones públicas, centros asociados a investigación, centros asociados al desarrollo de tecnologías y organismos internacionales.

La labor de coordinación de Movidos y el trabajo en conjunto permite a Sodimac

generar aportes específicos y necesarios en las distintas emergencias que se generan durante el año en el país.

En enero, la empresa activó un fondo de emergencia para apoyar a las 36 familias del campamento Villa Constancia de la región de Antofagasta que se vieron afectadas con la pérdida total o parcial de sus viviendas tras dos incendios ocurridos en diciembre de 2021. Las familias damnificadas recibieron un fondo de reconstrucción que les permitió acceder a la compra de materiales en una red de diferentes ferreterías de la misma comuna para reconstruir o reparar sus viviendas.

En febrero, tras el siniestro en San Fernando que afectó a 27 familias, se concurreó aportando gift cards para la compra de kits de electrodomésticos básicos.

También se logró materializar un aporte de gift cards y descuento especial para las 141 familias que perdieron sus viviendas en el incendio de Castro a fines de 2021.

Asimismo, a fines de año en Viña del Mar, en conjunto con otras empresas del grupo Falabella, la compañía colaboró habilitando centros de acopio para recibir aportes, puso su logística a disposición para el transporte de bienes, entregó kits de emergencia para la primera fase de remoción y limpieza de las zonas afectadas, y activó a su red de voluntarios para ir en apoyo en caso de ser necesario. Además, se brindó un apoyo especial al trabajador de Sodimac y su familia que resultaron afectados.

Más información en www.movidosxchile.cl





Anexos



Anexo 1

Desarrollo económico

(201-1)

En 2022, Sodimac se mantuvo como la empresa líder en el rubro mejoramiento del hogar en Chile, con una participación de mercado de un 25,1%, incluyendo a la filial Imperial. Los ingresos consolidados de la empresa -incluyendo las ventas de la citada filial- ascendieron a M\$2.957.797.459, cifra 9% menor a la obtenida en 2021, resultado que se explica principalmente por el contexto de consumo nacional y menor margen de los productos, además de un mayor costo del flete internacional.

Desempeño Económico (en M\$)	2020	2021	2022
Ingresos de explotación	2.290.251.443	3.255.724.149	2.957.797.459
Costos de explotación	-1.576.085.290	-2.235.217.768	-2.082.239.782
Margen de explotación	714.166.153	1.020.506.381	875.557.677
Pago de dividendos*	19.640.371	176.090.891	142.474.351
Utilidad del ejercicio	61.245.797	228.951.420	52.079.958

Fuente: Sodimac.

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

Valor económico generado y distribuido, año 2022

(en M\$)



Valor económico generado y distribuido

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

Proveedores: Costos operacionales

Los costos asociados al desarrollo de las operaciones de la empresa ascendieron a M\$ 2.574.227.314, incluyendo costos de explotación y gastos por administración y ventas, cifra menor a la del ejercicio anterior, cuando sumaron M\$2.677.138.390.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

Los gastos por remuneraciones y beneficios alcanzaron los M\$265.289.098, monto superior a los M\$243.102.876 registrados durante 2021.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó M\$60.644.862 por concepto de proveedores de capital, distribuidos en pagos a los accionistas de la empresa y gastos financieros, cifra mayor a los M\$36.092.358 del año precedente.

Gobierno: Pagos e impuestos

Los pagos al Estado por concepto de impuestos sobre la ganancia totalizaron M\$ 11.046.543, cifra menor a los M\$80.333.967 del ejercicio previo.

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones dirigidas a diferentes proyectos con un impacto positivo en la comunidad sumaron M\$ 2.485.129 en el año, destacando iniciativas como los Puntos Limpios, Programa Construyendo Sueños de Hogar, Becas CES, aportes a TECHO y Fundación Junto al Barrio, entre otras.

Asistencias financieras recibidas

En 2022, Sodimac utilizó M\$1.546.200 por concepto de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en formación y capacitación.

Asistencia Financiera del Gobierno (M\$)	2020	2021	2022
Donaciones			
Franquicia Tributaria	99.571	201.864	202.132
Activo fijo			
Uso Franquicia (tope UTM 500)	25.515	27.086	30.579
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	806.492	1.478.500	1.546.200
Total	931.578	1.707.450	1.778.911

Fuente: Sodimac.

Enfoque de Impuestos

(207-1)

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

La empresa ha establecido como principios tributarios:

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

Los pagos al Estado por concepto de impuestos sobre la ganancia totalizaron M\$11.046.543 en 2022, cifra menor a los M\$80.333.967 del anterior ejercicio, situación propia del decrecimiento del resultado de la compañía.

Anexo 2

Dotación Sodimac Chile

(2-7)

Zona, jornada laboral y tipo de contrato

Al cierre de 2022, Sodimac tenía una dotación de 14.328 trabajadores, un 57% de ellos hombres y el 43% mujeres. Total trabajadores por zona

	2020		2021		2022	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Zona norte	1.413	667	1.485	734	1.407	583
Zona centro	1.681	865	1.754	885	1.683	720
Zona sur	2.336	1.083	2.352	1.136	2.305	981
Región Metropolitana	5.298	1.802	5.570	1.827	5.166	1.483
Total dotación	15.145		15.743		14.328	

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de jornada laboral						
	2020		2021		2022	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
	10.728	4.417	11.161	4.582	10.561	3.767
Total dotación	15.145		15.743		14.328	

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

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de contrato						
	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato indefinido	8.548	5.886	8.061	5.883	8.069	6.094
Contrato plazo fijo	363	348	1.050	749	111	54
Subtotal	8.911	6.234	9.111	6.632	8.180	6.148
Total dotación	15.145		15.743		14.328	

Fuente: Sodimac.

Dotación por tipo de cargo y género

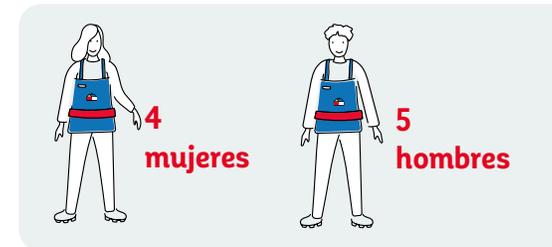
(2-7; 405-1)

Al cierre de 2022, el 43% de la dotación total de Sodimac Chile correspondía a mujeres, quienes ocupaban el 29% de las posiciones de gerentes y subgerentes, lo que presentó un alza significativa respecto al año anterior, cuando alcanzó 27%.

El sistema de remuneraciones de Sodimac busca el equilibrio salarial entre hombres y mujeres, considerando únicamente variables relacionadas con el valor profesional, sin hacer distinciones por género.

Diversidad en el Directorio

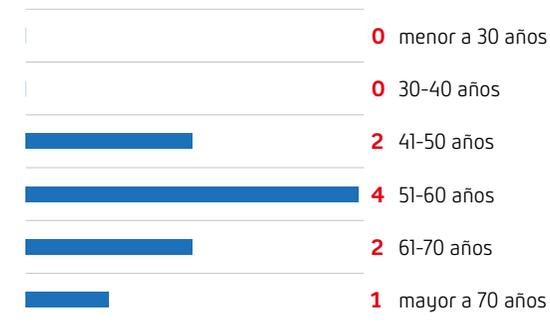
Número de personas por género



Número de personas por nacionalidad



Número de personas por rango de edad



Número de personas por antigüedad



Total trabajadores						
Año	2020		2021		2022	
	N° de trabajadores		N° de trabajadores		N° de trabajadores	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	173	58	297	110	299	120
Profesionales y técnicos	1.650	1.419	1.861	1.513	1.834	1.505
Otros colaboradores	7.088	4.757	6.953	5.009	6.047	4.523
Total hombres/mujeres	8.911	6.234	9.111	6.632	8.180	6.148
Total	15.145		15.743		14.328	

Dotación por tipo de cargo y rango etáreo

Gerentes y Subgerentes						
Rango de edad	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Menor de 30	2	1	1	1	1
30-49	98	39	175	78	169	87
50 y más	73	18	121	31	129	33
Total	173	58	297	110	299	120
% del total	75%	25%	73%	27%	71%	29%

Fuente: Sodimac.

Profesionales y técnicos						
Rango de edad	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Menor de 30	196	151	271	172	280
30-49	1.193	1.086	1.298	1.131	1.241	1.097
50 y más	261	182	292	210	313	247
Total	1.650	1.419	1.861	1.513	1.834	1.505
% del total	54%	46%	55%	45%	55%	45%

Fuente: Sodimac.

Otros Colaboradores						
Rango de Edad	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Menor de 30	2.653	1.343	2.652	1.516	1.091
30-49	3.163	2.548	3.029	2.563	2.841	2.420
50 y más	1.272	866	1.272	930	1.305	978
Total	7.088	4.757	6.953	5.009	6.047	4.523
% del total	60%	40%	58%	42%	57%	43%

Fuente: Sodimac.

Nuevas contrataciones por cargos y zona (401-1)

Nuevas contrataciones						
Tipo de cargo	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Gerentes y subgerentes	6	5	11	4	9
Profesionales y técnicos	75	48	161	148	602	741
Otros colaboradores	679	560	1.877	1.260	132	185
Total hombres/mujeres	760	613	2.049	1.412	743	933
Total	1.373		3.461		1.676	

Nuevas contrataciones por zona (tiendas)						
Zona	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Región Metropolitana	320	215	542	434	415
Zona centro	119	104	356	235	64	47
Zona norte	201	197	395	319	259	208
Zona sur	120	97	418	256	195	185
Tasa de nuevas contrataciones	2,1%	2,3%	9,5%	6,9%	5,2%	4,1%

Rotación por zona y edad

(401-1)

Rotación de trabajadores por zona						
Zona	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.310	834	850	446	842	564
Zona centro	331	222	288	156	130	77
Zona norte	358	256	336	231	444	314
Zona sur	495	264	362	176	367	202
Total egresos anual	2.494	1.576	1.836	1.009	1.786	1.157
Tasa rotación anual por zona	15,4%	9,7%	11,7%	6,4%	11,3%	7,3%
Rotación promedio anual	25,17%		9,03%		9,34%	

Rotación de trabajadores por edad						
Rango de edad	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	1.089	476	978	468	1.020	609
30-49	982	853	723	435	642	462
50 y más	423	247	135	106	124	86
Total egresos anual	2.494	1.576	1.836	1.009	1.786	1.157
Rotación anual por género	26,1%	23,9%	11,7%	6,4%	11,3%	7,3%
Rotación promedio anual	25,17%		9,03%		9,34%	

Rotación = Egresos Anuales/Dotación diciembre.

Se consideran todas las causales de despido.

Fuente: Sodimac.

Rotación voluntaria por zona y edad

Rotación voluntaria de trabajadores por zona						
Zona	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	205	116	419	252	327	232
Zona centro	54	24	120	64	51	32
Zona norte	84	43	176	139	224	161
Zona sur	80	32	147	84	175	86
Total egresos anual	423	215	862	539	777	511
Rotación anual por zona	4,42%	3,26%	5,5%	3,4%	4,9%	3,2%
Rotación promedio anual	3,95%		4,45%		4,09%	

Rotación voluntaria de trabajadores por edad						
Rango de edad	2020		2021		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	253	114	506	287	513	300
30-49	149	84	319	220	227	183
50 y más	21	17	37	32	37	28
Total egresos anual	423	215	862	539	777	511
Rotación promedio anual por género	4,42%	3,26%	5,5%	3,4%	4,9%	3,2%
Rotación promedio anual	3,95%		4,45%		4,09%	

Fuente: Sodimac.

Anexo 3

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)

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

Aspecto	Unidad	2020	2021	2022	2022
Total de Emisiones de GEI	k tCO₂e	2.304	3.551	2.565	100%
Alcance 1	k tCO₂e	9,6	10,7	11,3	0,4%
1.1 Combustión en fuentes fijas	k tCO ₂ e	0,4	0,6	0,7	0,0%
1.2 Combustión en fuentes móviles	k tCO ₂ e	8,1	6,6	7,1	0,3%
1.4 Emisiones fugitivas	k tCO ₂ e	1,1	3,5	3,5	0,1%
Alcance 2	k tCO₂e	12,9	13,9	11,0	0,4%
2.1 Consumo eléctrico (método de mercado)	k tCO ₂ e	12,9	13,9	11,0	0,4%
Alcance 3	k tCO₂e	2.282	3.526	2.542	99%
3.1 Insumos y servicios	k tCO ₂ e	0,9	0,8	0,5	0,0%
3.1 Fabricación productos comercializados	k tCO ₂ e	1.165	1.700	1.288	50%
3.3 Manufactura combustibles de alcance 1	k tCO ₂ e	1,1	0,9	1,0	0,0%
3.4 Importación de productos a centro de distribución (CD)	k tCO ₂ e	74	127	86	3,4%
3.4 Transporte CD a tiendas (furgón/camión plano)	k tCO ₂ e	39	36	39	1,5%
3.4 Transporte local gestionado por terceros	k tCO ₂ e	70	105	98	3,8%
3.4 Despacho de última milla (DAD)	k tCO ₂ e	5,6	9,9	8,7	0,3%
3.5 Residuos y reciclaje	k tCO ₂ e	11	16	15	0,6%
3.6 Viajes de negocio	k tCO ₂ e	0,2	0,9	0,8	0,0%
3.7 Transporte de colaboradores	k tCO ₂ e	12	12	12	0,5%
3.7 Electricidad en trabajo remoto	k tCO ₂ e	0,2	0,2	0,2	0,0%
3.9 Traslados de clientes a tiendas	k tCO ₂ e	184	221	207	8,1%
3.9 Electricidad clientes en comercio electrónico	k tCO ₂ e	2,1	1,9	1,7	0,1%
3.11 Uso productos comercializados	k tCO ₂ e	609	1.085	624	24%
3.12 Disposición productos comercializados	k tCO ₂ e	108	210	161	6,3%
Partidas informativas					
2.1 Consumo eléctrico (método de ubicación)	k tCO ₂ e	41	41	32	

Fuente: Proyectae.

Notas:

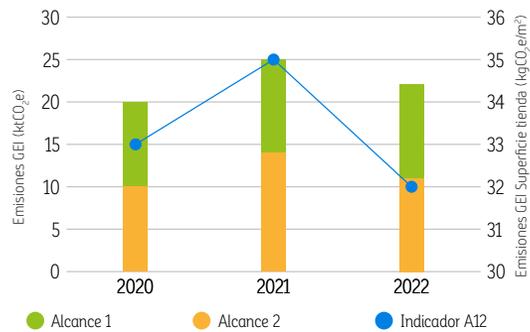
- Las siguientes fuentes de emisión de alcance 3 no aplican o son consideradas no relevantes según ejercicio de materialidad: bienes de capital (3.1), activos arrendados "Aguas Arriba" (3.8), procesamiento de productos vendidos (3.10), activos arrendados "Aguas Abajo" (3.13), franquicias (3.14), inversiones (3.15). Las fuentes marcadas con asterisco (*) corresponden al impacto de los productos comercializados, nueva fuente de emisión que se comenzó a reportar desde 2021.
- Cálculo se basa en el Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard).
- Se usan los Potenciales de Calentamiento Global del Sexto Informe de Evaluación del IPCC (Sixth Assessment Report, AR6). Factores de emisión consideran fuentes trazables y reconocidas, utilizando valores de cada año.
- Se presentan las emisiones en toneladas de dióxido de carbono equivalente (tCO₂e), lo cual contabiliza 7 gases de efecto invernadero (CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃). ktCO₂e corresponde a miles de toneladas de dióxido de carbono equivalente.
- Datos fueron verificados por tercera parte independiente, de acuerdo al estándar GHG Protocol.
- Se ha realizado un recálculo de los años 2020-2021, en conformidad con los criterios del GHG Protocol. Esto debido a que se cruzó el umbral de significancia de 5% por las siguientes razones:
 - Se desarrolló un modelo más preciso para calcular las emisiones del uso de productos vendidos.
 - Se actualizaron los potenciales de calentamiento global del Fifth Assessment Report (AR5) al Sixth Assessment Report (AR6).



Indicadores de Intensidad de Emisión de Gases de Efecto Invernadero

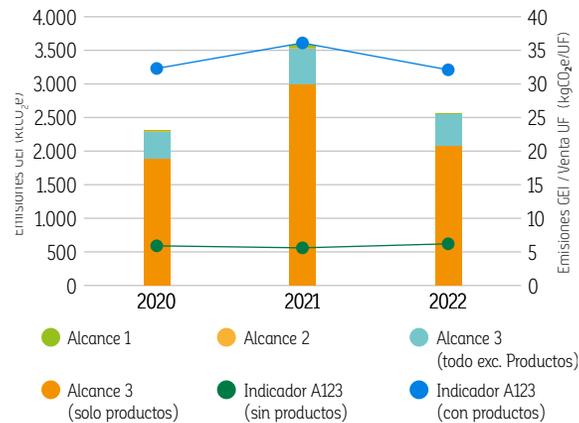
(305-4)

Emisiones de alcance 1 y 2 / superficie tiendas



Fuente: Proyectae.

Emisiones de alcance 1, 2 y 3 / Ventas



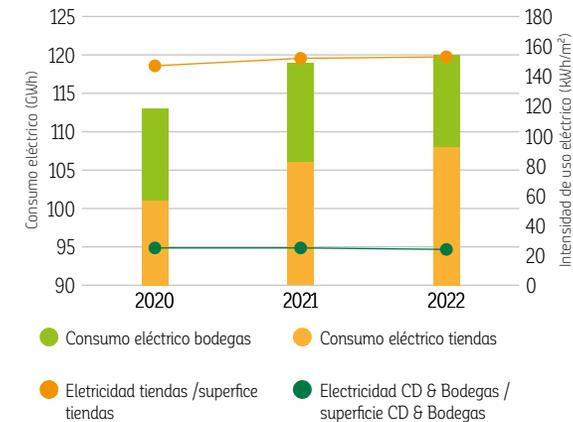
Fuente: Proyectae.

Por consistencia de la serie temporal, se reporta el indicador sobre el total de la Huella de Carbono medida históricamente (sin productos). También se incluye el indicador con la nueva cobertura (con productos). Se aprecia que valores fueron modificados respecto al reporte anterior, por el recálculo indicado en la tabla anterior.

Intensidad de Uso Eléctrico (kWh/m²)

(302-3)

Consumo e intensidad de uso eléctrico

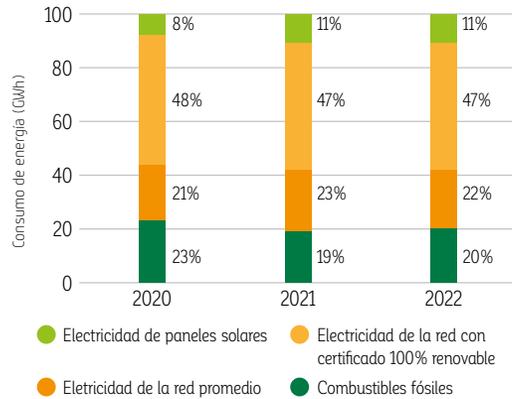


Fuente: Proyectae.

Sodimac ha implementado iniciativas de eficiencia energética como el cambio de luminaria a tecnología LED y el sistema de monitoreo y gestión de la energía. Sin embargo, durante la pandemia se tuvo una menor actividad que volvió en 2021-2022, por lo cual no es posible apreciar el efecto de las medidas de eficiencia sobre la base de años con actividad anormal.

Distribución de Consumo Energético Según Fuente de Origen

Distribución de la energía según origen



Fuente: Proyectae.

Seguimiento compromiso reducir 30% alcance 1 y 2 con respecto a 2017

Indicador	Unidad	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Emisiones de GEI 1 y 2	k tCO ₂ e	40	32	28	23	25	22
Alcance 1	k tCO ₂ e	10	9	8	10	11	11
Alcance 2	k tCO ₂ e	29	22	20	13	14	11
Superficie tiendas	mil m ²	663	654	686	686	699	702
Reducción con respecto a 2017							
Emisiones de GEI 1 + 2 / m ² tienda	kgCO ₂ e / m ²	60	48	41	33	35	32
Reducción Emisiones GEI 1 y 2	k tCO ₂ e	-	-20%	-29%	-43%	-38%	-44%
Emisiones de GEI 1 + 2 / m ² tienda	%	-	-19%	-31%	-45%	-41%	-47%

Fuente: Proyectae.



Índice de contenidos GRI

Declaración de uso	Sodimac S.A. ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2022.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándares Sectoriales GRI aplicables	-

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1	Detalles organizacionales	3, 12	
	2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2	
	2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2	
	2-4	Actualización de la información	-	No hay reformulaciones durante el período
	2-5	Verificación externa	3, 126	
GRI 2: Contenidos Generales 2021 2. Actividades y trabajadores	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	14, 72	
	2-7	Empleados	116	
	2-8	Trabajadores que no son empleados	69	
GRI 2: Contenidos Generales 2021 3. Gobernanza	2-9	Estructura de gobernanza y composición	38, 43-47	
	2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	43	
	2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	43-44	
	2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	16, 22, 38, 39, 43, 47, 51, 52	
	2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	38, 43, 45, 47	
	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	38	
	2-15	Conflictos de interés	53	
	2-16	Comunicación de inquietudes críticas	-	Información no disponible o incompleta
	2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	-	Restricciones de confidencialidad
	2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	39	
	2-19	Políticas de remuneración	43, 48	
	2-20	Proceso para determinar la remuneración	-	Restricciones de confidencialidad
	2-21	Ratio de compensación total anual	-	Restricciones de confidencialidad

Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 4. Estrategia, políticas y prácticas	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	5	
	2-23	Compromisos y políticas	11, 16, 18, 22, 25, 35, 37, 39, 49, 52	
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	18-23	
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	49	
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	49	
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	87	
	2-28	Afiliación a asociaciones	35, 111	
GRI 2: Contenidos Generales 2021 5. Participación de los grupos de interés	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	30-34, 37, 83	
	2-30	Convenios de negociación colectiva	68	

ESTÁNDARES GRI			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	37
	3-2	Lista de temas materiales	37
	3-3	Gestión de los temas materiales	16, 18-23, 39, 49
Lista de Temas Materiales		Descripción de impactos, políticas. Medidas	37

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	114
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	58
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	56
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	108
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	72

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	52
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	49
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	51
GRI 206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	53
GRI 207: Impuestos	207-1	Enfoque de impuestos	115

Categoría Medioambiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	92
	302-3	Intensidad energética	120
	302-4	Reducción del consumo energético	92-94
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	96
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	92, 119
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	92, 119
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	92, 119
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	92, 120
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	92, 120
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	98-99
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	98-99
	306-3	Residuos generados	98-99
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	98-99
	306-5	Residuos destinados a eliminación	98-99
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	98
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	74



Categoría Desempeño Social				
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	117-118	
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	60-62	
	401-3	Permiso parental	63	
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	66	
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	67	
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	66	
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	66	
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	60-61	
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	66	
	403-9	Lesiones por accidente laboral	66-67	
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	66-67	
	GRI 404: Capacitación y Educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	58
		404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	58
404-3		Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	43, 66, 116	
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	63,64	
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	50	
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	74	

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	51
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	108-111
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	108-109
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	
GRI 414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	74
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	75-76
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	86
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	75
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	87
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	87
GRI 418: Privacidad de los clientes	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	86

Carta de Verificación Externa

(2-5)



Señores
Presidente y Directores
Sodimac S.A.
Presente

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada e independiente de los contenidos de información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac Chile, el cual tiene por alcance temporal el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2022. Toda información fuera de este periodo no fue parte de la verificación.

La preparación del Reporte en ámbitos de sostenibilidad, la información y las afirmaciones contenidas, la definición del alcance del reporte, la gestión y el control de los sistemas de información que proporcionan los datos reportados, son de exclusiva responsabilidad de la Administración de Sodimac.

Estándares y procedimientos de verificación limitada

Nuestra verificación limitada fue efectuada de acuerdo con la norma de verificación internacional para auditorías de información no financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Board de la International Federation of Accountants y el estándar para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objetivo de:

- Determinar que la información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac estén debidamente respaldados por evidencias.
- Verificar la trazabilidad de la información presentada en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac.
- Determinar que Sodimac haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2022 conforme a los indicadores de desempeño y los principios del estándar GRI.

Procedimientos realizados

Nuestra labor de verificación limitada consistió en la indagación con representantes de la Dirección, Gerencias y Unidades de Sodimac involucrados en el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2022, así como en la realización de otros procedimientos analíticos y pruebas de muestreo tales como:

- Entrevistas con personal clave de Sodimac para evaluar el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2022, la definición de su contenido y sus sistemas de información subyacentes.
- Revisión de la documentación de respaldo proporcionada por Sodimac Chile.
- Revisión de fórmulas y cálculos asociados a información cuantitativa mediante recálculo.
- Revisión de la redacción del Reporte de Sostenibilidad 2022, asegurando que no se induzca a error o duda respecto a la información presentada.

El proceso de verificación limitada e independiente se realizó en base a la revisión puntual de temas materiales definidos por Sodimac asociados a los indicadores GRI identificados a continuación.

Informe de Verificación Limitada Independiente Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad se limita exclusivamente a los procedimientos mencionados en los párrafos anteriores, y corresponde a una verificación de alcance limitado, la cual sirve de base para nuestras conclusiones. Por defecto, no aplicamos procedimientos de verificación razonable, cuyo objetivo es expresar una opinión de verificación externa sobre el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac. En consecuencia, no expresamos una opinión.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance señaladas anteriormente y basados en nuestro trabajo de verificación limitada independiente del Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac, concluimos que no ha llegado a nuestro conocimiento ningún aspecto que nos haga pensar que:

- La información y los datos publicados en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac no están presentados de forma adecuada.
- El Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac no haya sido elaborado en conformidad a los indicadores del estándar GRI seleccionados por Sodimac.

Recomendaciones de mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones, y con base en el alcance limitado de la verificación, hemos detectado ciertas oportunidades de mejora en el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2022. Estas oportunidades de mejoras se detallan en un Reporte de recomendaciones separado, presentado a la Administración de Sodimac.

Saludamos atentamente a usted,

EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada

Elaine Almida
Partner/Principal

5 de mayo de 2023

I-00146/23

RGS/vft
12040668



Estándar	Referencia	Nombre del Indicador
GRI	2-1.	Detalles organizacionales
GRI	2-2.	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad
GRI	2-3.	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto
GRI	2-5.	Verificación externa
GRI	2-6.	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales
GRI	2-7.	Empleados
GRI	2-8.	Trabajadores que no son empleados
GRI	2-9.	Estructura de gobernanza y composición
GRI	2-10.	Designación y selección del máximo órgano de gobierno
GRI	2-11.	Presidente del máximo órgano de gobierno
GRI	2-12.	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos
GRI	2-14.	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad
GRI	2-18.	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno
GRI	2-19.	Políticas de remuneración
GRI	2-22.	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible
GRI	2-23.	Compromisos y políticas
GRI	2-24.	Incorporación de los compromisos y políticas
GRI	2-25.	Procesos para remediar los impactos negativos
GRI	2-26.	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes
GRI	2-28.	Afiliación a asociaciones
GRI	2-30.	Convenios de negociación colectiva
GRI	3-1.	Proceso de determinación de los temas materiales
GRI	3-2.	Lista de temas materiales
GRI	3-3.	Gestión de los temas materiales
GRI	201-1	Valor económico directo generado y distribuido
GRI	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por género frente al salario mínimo local
GRI	203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados
GRI	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales
GRI	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción
GRI	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción
GRI	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas
GRI	207-1	Enfoque fiscal
GRI	302-3	Intensidad energética
GRI	302-4	Reducción del consumo energético
GRI	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)
GRI	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)
GRI	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)
GRI	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI
GRI	305-5	Reducción de las emisiones de GEI
GRI	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos
GRI	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas
GRI	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal
GRI	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a empleados a tiempo parcial o temporales
GRI	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo
GRI	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes
GRI	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo
GRI	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo
GRI	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores
GRI	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo
GRI	403-9	Lesiones por accidente laboral
GRI	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición
GRI	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional
GRI	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados
GRI	405-2	Ratio de salario base y la remuneración de mujeres frente a hombres
GRI	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas
GRI	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgos
GRI	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos
GRI	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo
GRI	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos - reales y potenciales- en las comunidades locales
GRI	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas
GRI	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente

Cuestionario de retroalimentación

Agradecemos mucho su opinión. Por favor, envíe la encuesta escaneada o foto digital a:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad

E-mail: purbina@sodimac.cl

1. ¿A qué público de interés de Sodimac pertenece usted?

(marque una alternativa)

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

2. De los siguientes capítulos contenidos en el Reporte ¿Cuál le pareció más interesante?

Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos interesante y 5: el más interesante.

- Gobierno corporativo
- Trabajadores
- Proveedores
- Clientes
- Medioambiente
- Comunidad

3 A su juicio ¿Cuál es el tema que le faltó profundidad?

Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos profundo y 5 el más profundo.

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

Glosario

Aspectos Materiales

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

Aprovisionamiento Responsable

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

Auditoría

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

Benchmarking

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

Biodiversidad

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

Cambio Climático

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

Código de Conducta

Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con las partes interesadas que deben ser aplicadas en todas sus operaciones. Al contrario de las obligaciones legales, los Códigos de Conducta son

voluntarios, adoptados como parte del compromiso de responsabilidad social de la empresa, buscando ofrecer una guía a los directivos y empleados para abordar los dilemas que surgen en el día a día cuando la toma de decisiones morales tiene implicancias económicas. Muchas empresas han comenzado a ampliar el espectro del Código a su cadena de abastecimiento.

Desarrollo Sostenible

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

Diálogo con los Grupos de Interés

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

Economía Circular

Modelo económico y productivo en el que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantiene en la economía durante el mayor tiempo posible, y se reduce al

mínimo la generación de residuos (definición de la Comisión Europea). Se basa en la gestión de los residuos a través de las 3R (reducir, reciclar, reutilizar). La idea subyacente es que el actual flujo lineal de los materiales (recursos-producto-residuos) necesita ser transformado en un flujo circular (recurso-producto-recursos reciclado).

Eficiencia Energética

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

Electromovilidad

Uso de sistemas de impulso o tracción que utilizan energía eléctrica aplicados a distintos medios de transporte. Alternativa más sustentable que reemplaza el uso de motores de combustión interna.

Gases Efecto Invernadero (GEI)

Fenómeno por el cual ciertos gases que componen la atmósfera del planeta retienen parte de la energía que el suelo emite al ser calentado por la radiación solar. Este proceso se ve acentuado con las emisiones y alta concentración, principalmente de CO₂ en la atmósfera, producto de la quema

o evaporación de diversos combustibles denominados “fósiles”, como el petróleo, el carbón o el gas natural, entre otros. Esto provoca un recalentamiento y contaminación de la superficie de la tierra.

Gestión Responsable de la Cadena de Aprovisionamiento

Práctica que identifica y controla los impactos económicos, sociales y ambientales de los procesos de aprovisionamiento de una organización. Para ello se actúa en dos frentes: a) asegurando que las prácticas hacia los proveedores sean éticas, mediante el establecimiento y cumplimiento de un Código de Conducta interno que evite las condiciones contractuales abusivas; b) asegurando que se seleccionen aquellos proveedores que controlan y gestionan sus impactos sociales y medioambientales, mediante el escrutinio de los mismos a través de criterios de evaluación y selección basados en el cumplimiento de requisitos sociales y ambientales.

Global Reporting Initiative (GRI)

Nacida en 1997, es una iniciativa conjunta entre la Organización No Gubernamental (ONG) CERES y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el propósito de cautelar la calidad, rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad confeccionados por las empresas. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para

la Elaboración de los Informes de Sostenibilidad, con las pautas, principios e indicadores a reportar. Al mismo tiempo, el GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser la instancia verificadora de la nueva norma ISO 26000 o de Responsabilidad Social. En mayo de 2013 entró en vigencia la Cuarta Guía del GRI denominada G-4, cuyo uso se hizo obligatorio a partir de enero de 2016. Hasta el 31 de diciembre de 2015, las empresas podían usar en período de transición la versión G3.1.

Gobierno Corporativo

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

Huella de Carbono

Es una medida del impacto que tienen las actividades humanas sobre el clima global y está expresado en términos de la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio. Para simplificar su presentación y comparabilidad, las emisiones de los diferentes GEI (vapor de agua, dióxido de carbono, metano, óxidos de nitrógeno, ozono y clorofluorocarbonos) se expresan en toneladas equivalentes de CO₂ (CO₂-e).

Involucramiento de las Partes Interesadas

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

Innovación

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

ISO 26000

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

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible —aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre de 2015 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas— entraron en vigor oficialmente el

1 de enero de 2016. Con estos nuevos objetivos de aplicación universal, en los próximos 15 años los países intensificarán los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático garantizando, al mismo tiempo, que nadie se quede atrás. Más información en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/>

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

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

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)

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

les permiten plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización.

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

Procedimiento Operativo Estándar (POE)

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

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)

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

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;

- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Retail

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

Sostenibilidad

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

Transparencia

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

Verificación

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



Diseño y producción:

Espacio Vital
www.espaciovital.cl
Equipo de Contenidos de Sodimac

Redacción y edición de texto:

Transparentia Consultores

Fotografías:

Archivo Fotográfico Sodimac



2022

Reporte de Sostenibilidad