



2020

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

Reporte de  
**Sostenibilidad**





## Acerca de nuestro reporte

(GRI 102-45) (GRI 102-50) (GRI 102-51) (GRI 102-52)  
(GRI 102-54)

Publicamos anualmente nuestro reporte de sostenibilidad; en esta séptima edición, abarcamos el año calendario 2020. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI<sup>1</sup>.

Las entidades incluidas en nuestros estados financieros consolidados son:

- Inmobiliaria Domel S.A.C.
- Maestro Perú Amazonía S.A.C.
- Sodimac Perú Oriente S.A.C.
- Industriales Delta S.A.C.

Nuestro reporte de sostenibilidad abarca las actividades desarrolladas por todas ellas.

<sup>1</sup>GRI: Global Reporting Initiative.

# Contenido del reporte

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

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

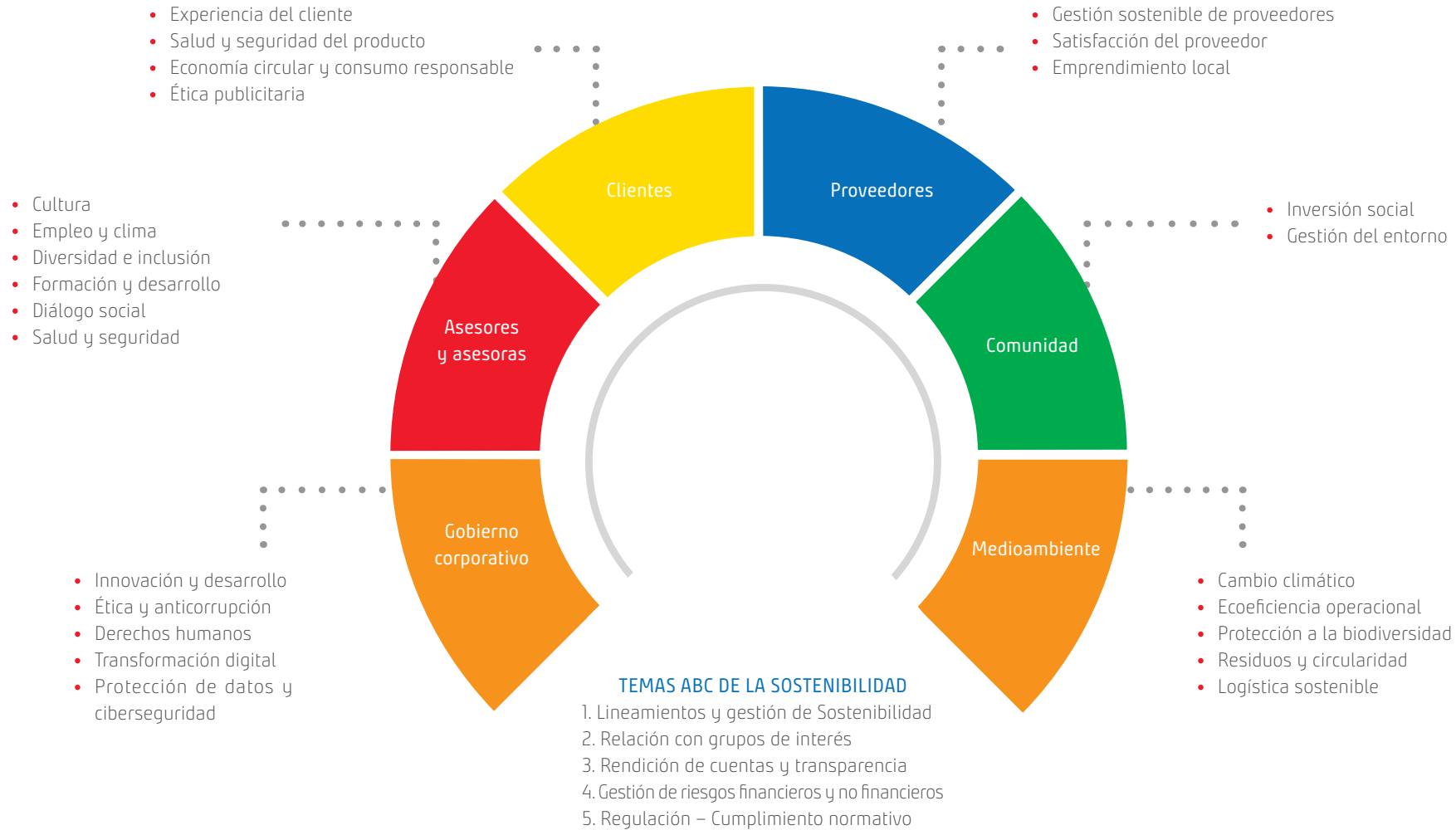
En el 2020 Sodimac Corporativo desarrolló la actualización de su proceso de materialidad y su política de sostenibilidad; este trabajo fue acompañado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso de Chile. Se identificaron impactos del negocio positivos y negativos, que afectan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

Económicos (OCDE). Para este proceso se realizaron entrevistas y talleres para conocer las diferentes visiones; se incorporaron las áreas de sostenibilidad de los diferentes países donde opera Sodimac, ejecutivos principales de Sodimac y de la matriz Falabella. Este proceso incluyó un benchmark de los principales retailers mundiales, los resultados de las mediciones ESG con los principales grupos de interés y un análisis de información secundaria del negocio.

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



## TEMAS MATERIALES POR GRUPO DE INTERÉS



# Contenido



Acerca de nuestro reporte	2	<b>7. Nuestros asesores y asesoras</b>	<b>52</b>
A nuestros grupos de interés	6	7.1 Nuestra fuerza laboral	53
<b>1. Nosotros</b>	<b>10</b>	7.2 Empleo	55
<b>2. La continuidad de nuestro negocio: COVID-19</b>	<b>14</b>	7.3 Presencia en el mercado	63
<b>3. Nuestro gobierno corporativo</b>	<b>18</b>	7.4 Políticas de remuneración	66
3.1 Nuestros órganos de dirección	19	7.5 Capacitación y evaluación del desempeño	66
3.2 Gestión de riesgos	24	7.6 Diversidad e igualdad de oportunidades	72
3.3 Desempeño económico	27	7.7 Libertad de asociación y negociación colectiva	76
<b>4. Integridad y cultura</b>	<b>28</b>	7.8 Seguridad y salud en el trabajo	77
4.1 Cultura	29	<b>8. Nuestros proveedores</b>	<b>83</b>
4.2 Derechos humanos	30	8.1 Nuestra cadena de suministro	84
4.3 Sistema de integridad	31	8.2 Compromisos de sostenibilidad	85
4.4 Anticorrupción	34	8.3 Evaluamos a nuestros proveedores	86
4.5 Competencia desleal	35	<b>9. Nuestra comunidad</b>	<b>87</b>
4.6 Cumplimiento regulatorio	36	9.1 Capacitaciones digitales	88
4.7 Política pública	36	9.2 La gran feria de capacitación	89
<b>5. Sostenibilidad</b>	<b>37</b>	9.3 Construyendo seguridad	89
5.1 Política de Sostenibilidad	38	9.4 Playas para todas y todos	90
5.2 Nuestra área de Sostenibilidad	38	9.5 Día de la Mujer	90
5.3 Plan estratégico	41	9.6 Club de Voluntarios y Voluntarias	91
5.4 Pilares de sostenibilidad: nuestros grupos de interés	41	9.7 Fe y Alegría	91
5.5 Diálogo con nuestros grupos de interés	42	9.8 Cuidémonos como en casa	92
<b>6. Nuestros clientes</b>	<b>46</b>	<b>10. Nuestro ambiente</b>	<b>93</b>
6.1 Calidad en los productos es seguridad para el cliente	47	10.1 Club de Voluntarios Verde	94
6.2 Comercio responsable	50	10.2 Consumo de energía eléctrica	94
6.3 Privacidad de los datos de los clientes	51	10.3 Huella de carbono	96
6.4 Experiencia del cliente	51	10.4 Gestión de Residuos Sólidos	98
		<b>11. Índice de contenidos del GRI</b>	<b>99</b>

# A nuestros grupos de interés

(GRI 102-14)

En el 2020 la pandemia originada por el COVID-19, transformó nuestras vidas en el hogar, el trabajo, los estudios y la convivencia en general. Ante esta coyuntura nuestro propósito **Juntos construimos sueños y proyectos de hogar fue la pauta para adaptar y garantizar la continuidad operacional de nuestra empresa.**

Nuestras acciones se centraron en reafirmar nuestro compromiso con la sostenibilidad partiendo desde nuestro **Gobierno corporativo**, actuando en línea con nuestros valores REIR y nuestros Principios Culturales Falabella. De esta manera, potenciamos nuestro Comité de Sostenibilidad, Diversidad e Inclusión, formado por distintos líderes/as de primera línea de nuestra empresa, que hoy en día sesiona de manera mensual para asegurar el cumplimiento de nuestra estrategia de sostenibilidad; y nuestro Comité de Riesgos, que garantiza la correcta gestión de nuestros riesgos. Por otro lado, fortalecimos la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para identificar el nivel de contribución de la empresa y el funcionamiento de nuestro modelo de negocio en un entorno con nuevas exigencias y necesidades latentes. Además, para garantizar un comportamiento ético de toda nuestra cadena de valor difundimos en todo momento nuestro sistema de integridad, a través del uso de nuestro Canal de Integridad.

Brindar un ambiente de seguridad integral y confianza a nuestros **asesores y asesoras** fue uno de nuestros principales objetivos. Lanzamos el programa #JuntosNosCuidamos que promueve el bienestar físico y emocional para evitar el contagio del COVID-19, con un despliegue de

acciones de comunicación con enfoque educativo y medidas garantizamos el cumplimiento de nuestro Plan de Vigilancia, Prevención y Control del COVID-19. En el marco de #JuntosNosCuidamos” y sobre la base de nuestro pilar de inclusión difundimos también el programa Reinventate para fomentar la empleabilidad de asesores/as en condición de riesgo (adultos/as mayores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad y asesores/as con comorbilidad). Además, desarrollamos una serie de acciones que contribuyeron al aprendizaje de nuestros asesores y asesoras, fortaleciendo nuestra plataforma y herramientas virtuales y gracias a nuestras acciones en favor de ellos y ellas, logramos obtener el 88% de satisfacción en la medición de clima laboral GPTW avanzando dos puntos porcentuales frente al 2019, posicionándonos en el 3° puesto de los Mejores Lugares para Trabajar.

Apostamos por la diversidad e inclusión en todos los ámbitos de la sociedad. Por nuestra parte, incorporamos en nuestro Workplace interno nuevas comunidades interactivas de asesores/as como Mujeres Conectadas (empoderamiento y liderazgo femenino), Comunidad Libertad (inclusión LGBTQI+), Nuevas masculinidades (rol del hombre para la equidad de género), Junto a Ti (personas con discapacidad), Espiritu Joven (personas de la tercera



**Wilhem  
Ramberg Arnillas**  
Gerente General

En agosto de  
2020  
inauguramos  
**Sodimac  
Homecenter  
Comas** que fue  
construido en  
un área total de  
**10.465 m<sup>2</sup>**



edad) y Talento Z (fortalecimiento de capacidades de la Generación Z), las cuales buscan visibilizar la diversidad y la vulnerabilidad para promover ambientes seguros y equitativos para todos y todas. Asimismo, potenciamos nuestro Manual de Comunicación Inclusiva, profundizando en los capítulos sobre Equidad de Género, Diversidad Sexual y Discapacidad con la finalidad de establecer lineamientos de un comportamiento inclusivo como parte de nuestra cultura. De manera externa, expusimos una situación que demuestra aún la existencia de barreras laborales que impiden la equidad; por eso, nos unimos al diario El Comercio, para intervenir en su sección Clasificados y comprobamos que los avisos relacionados con la construcción no incluyen a mujeres en sus convocatorias. Con esta acción no solo se dio exposición a la existencia de carpinteras, gasfiteras, soldadoras o ingenieras, sino que, además, logramos un compromiso con este diario para continuar fomentando un lenguaje inclusivo en todos sus anuncios.

Nuevamente, nuestras acciones nos hicieron merecedores del primer lugar en el *ranking* Great Place To Work de Diversidad e Inclusión y ganadores del reconocimiento PODS: Perú por los ODS de la organización Perú 2021 en la categoría Prosperidad por el programa Junto a Ti (inclusión

e inserción laboral de personas con discapacidad). Además, la empresa se mantuvo entre las diez mejores empresas que promueven la equidad de género y diversidad a través del *Ranking* Par de Aequales.

Fortalecimos nuestro compromiso para superar las expectativas de nuestra clientela. Durante la cuarentena decretada por el Gobierno, la venta por internet cobró un protagonismo nunca antes visto y tuvimos que adaptar nuestras capacidades a las nuevas necesidades del mercado. Al inicio no fue fácil, tuvimos un incremento en los reclamos de nuestros/as clientes/as, esto nos impulsó a tomar decisiones importantes para poder ofrecer la mejor experiencia de compra. Por ello, desarrollamos la estrategia Turbo Digitalización, la cual busca desarrollar aceleradamente capacidades físico digitales para lograr una experiencia omnicanal de excelencia y un crecimiento robusto de los canales digitales, dándose soporte en el trabajo colaborativo como un solo equipo y transformando las soluciones y sistemas para fortalecer dicha omnicanalidad, ofreciendo un amplio mix de productos y entregas en el menor plazo posible. Invertimos en nodos logísticos en tiendas estratégicamente ubicadas (Sodimac San Miguel, Sodimac MegaPlaza, Sodimac Ate y Sodimac Atocongo), así como en bodegas de *click &*

*collect* para complementar la oferta de despacho con entregas en 24 horas, bajo las modalidades *same day* y *express*. También ampliamos el área de almacenaje del Centro de Distribución, aumentando su capacidad para la atención de pedidos recibidos a través de nuestra página web. Durante el 2020 nuestras ventas web crecieron 142% respecto al año anterior, ubicando a Sodimac Perú dentro del top 5 de retailers, con alrededor de 6,6 millones de visitas mensuales. Implementamos despachos a domicilio a partir de 24 horas, siendo más del 60 % de productos entregados en 48 horas o menos.

Por otro lado, la pandemia no evitó que continuáramos con las ampliaciones y remodelaciones previstas. En agosto del 2020 inauguramos Sodimac Homecenter Comas (punto de venta dentro de un moderno centro comercial), que fue construido en un área total de 10.465 m<sup>2</sup> para obtener la certificación Leed que actualmente está en proceso. Además, realizamos la transformación de la tienda de Cerro Colorado en la región Arequipa.

Pensando siempre en nuestra clientela fuimos el primer *retailer* en implementar en el Perú las mascarillas inclusivas para que nuestros asesores y asesoras puedan atender a personas con discapacidad auditiva.

Con el propósito de tener una cadena de valor sólida, continuamos trabajando con nuestros **proveedores/as** y sus cadenas de suministro a través de la plataforma SEDEX durante el primer trimestre del año, promoviendo las auditorías para identificar riesgos en estándares laborales, salud y seguridad, medioambiente y ética comercial.

Nuestro compromiso con nuestras **comunidades** continuó de la misma manera, pero en esta ocasión nos enfocamos en atenuar la crisis sanitaria; por eso lanzamos la estrategia Cuidémonos como en Casa con un despliegue de acciones en alianza con distintas organizaciones para promover la prevención frente al COVID-19. En alianza con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, impulsamos la confección de un millar de mascarillas reutilizables que se entregaron a un albergue de personas vulnerables. Donamos más de 2,600 kits de bioseguridad y materiales de desinfección al grupo Te Cuido Perú de Indeci, y realizamos mejoras en la implementación de protocolos de seguridad (señalética, círculos de distanciamiento, estaciones de desinfección de manos con alcohol en gel, pediluvios industriales, tachos y bolsas para material biocontaminado, así como la entrega de un millar de envase de lejía y alcohol en gel para el 100% de puestos ) en el Mercado Central Ramón Castilla, mejor conocido como Mercado Central; este aporte se desarrolló en alianza con la Municipalidad de Lima. Asimismo, donamos 5,000 mascarillas N95 a EsSalud que beneficiaron al personal de salud, seguimos contribuyendo con Fe y Alegría para promover educación de calidad en el país y pusimos en

marcha el programa Construyendo Juntos Empleabilidad para facilitar a los participantes recursos y herramientas que incrementen su empleabilidad a futuro y los motiven sobre sus capacidades para su inserción en el mundo laboral. En los primeros meses del año el programa fue presencial, pero luego migró a un formato digital; esto permitió un mayor alcance, beneficiando hasta el momento a 5,535 personas

Asimismo, a través de las Capacitaciones Digitales logramos 10,723 capacitaciones a nuestra clientela y maestros/as especialistas para desarrollar y potenciar sus conocimientos y habilidades relacionadas a su trabajo y con nuestra Gran Feria de Capacitación desarrollamos 117,052 capacitaciones en construcción, emprendimiento y sostenibilidad.

De igual manera, no dejamos de lado nuestro compromiso con el **medioambiente**; logramos reducir nuestra huella de carbono en 16.9 % respecto al 2019. En las primeras semanas de marzo del 2020 (antes de la cuarentena) participamos en iniciativas como HAZla por tu Playa con más de 60 voluntarios/as y sus familiares y la Hora del Planeta, en donde apagamos el 60 % de nuestro alumbrado en Oficina de Apoyo, Tiendas y Centro de Distribución. Mantuvimos la alianza con EcoTrash, empresa social que busca optimizar el proceso de reciclaje creando oportunidades para mujeres y jóvenes recolectores, logrando recolectar 5.3 toneladas de papel y 1.2 toneladas de botellas recicladas. Alineándonos a la estrategia Perú Limpio del Ministerio del Ambiente (MINAM), dejamos de entregar bolsas de plástico en nuestras tiendas. Por





otro lado, lanzamos el plan +BICI para promover el transporte sostenible como alternativa frente al COVID-19 y para cuidar el planeta, dando la oportunidad a más de 480 asesores/as de adquirir bicicletas a precios exclusivos para transportarse de su casa al trabajo.

## Nuestros retos en el 2020

- Continuar priorizando la seguridad de nuestra clientela y nuestros asesores y asesoras, previniendo la propagación del COVID-19; por eso, estamos trabajando en el desarrollo de modelos predictivos que permitirán anticipar acciones y reducir los riesgos de contagio. Además, mantendremos el proyecto Tienda Sana para garantizar la continuidad del negocio.
- Mantener las acciones de Diversidad e Inclusión, a través de la estrategia EDIPVI (Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia).
- Fortalecer las propuestas de valor hacia nuestra clientela, con especial énfasis en clientes/as

profesionales, basándonos en un entendimiento más profundo y en las oportunidades del mercado.

- Seguir impulsando la estrategia Turbo Digitalización para acelerar nuestras capacidades físico – digitales. Para ello, nos enfocaremos en modernizar la posventa, ampliar la red de retiro en tienda, extender los nodos en tiendas de provincia y digitalizar instalaciones y venta empresa. Impulsaremos el uso de la App y mejoraremos el contenido web.
- Impulsar la creación de valor compartido con todos nuestros grupos de interés, generando un impacto positivo negocio-entorno a través de gestión de riesgos, integrando los criterios ASG (Ambiental, Social y de Gobierno) en toda la cadena de valor para gestionarlos de manera integral.

Con orgullo presentamos nuestro reporte de sostenibilidad correspondiente al año 2020, publicado por séptimo año consecutivo y elaborado bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Las acciones aquí reportadas son fruto del trabajo en equipo de asesores y asesoras que se esforzaron para seguir superando las expectativas de nuestros/as clientes/as y seguir cumpliendo nuestro propósito ***Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.***

Wilhem Ramberg Arnillas  
Gerente general

# CENTRO DE PROYECTOS



1.



Nosotros



# Nosotros

(GRI 102-2) (GRI 102-5) (GRI 102-10)

Vendemos materiales de construcción y productos para la remodelación, la reparación y el mejoramiento del hogar. Nuestras marcas son:

- Sodimac Homecenter
- Sodimac Constructor
- Sodimac Maestro
- MAESTRO

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

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

En el 2020 nuestra empresa realizó un cambio en el accionariado de la sociedad, quedando de la siguiente manera:

## Tiendas Del Mejoramiento del Hogar S.A.:

Capital social: **S/ 1,530,670,876.00**

- **Inverfal Perú S.A.A.:** **1,530,670,875** acciones que representan el **99.999%** del capital social
- **Open Plaza S.A.:** **1** acción que representa el **0.0001%** del capital social

(GRI 102-3) (GRI 102-4)  
(GRI 102-7) (GRI 102-10)

## Ubicación de las operaciones

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

En **Perú**, nuestras operaciones son:

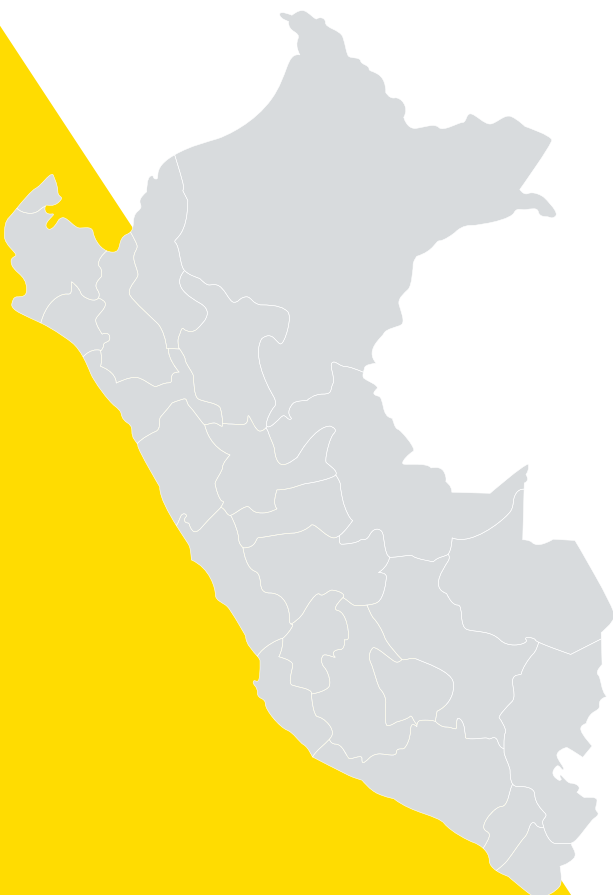
- Oficina de apoyo (central) en la Av. Angamos 1805 Surquillo (Lima).
- Centro de distribución, en Lurín (Lima).

**29** tiendas **Sodimac**

**27** tiendas **MAESTRO**

distribuidas en Lima Metropolitana, Callao y doce regiones a nivel nacional.

## Premios y distinciones 2020



### Asesores/as

**9,806**

41.97 % son mujeres en Perú, de los cuales: 58.03% son hombres



### Ventas netas

S/ **2,654,831**

caída del 16.6 % con respecto al 2019.



### Capitalización

Deuda

S/ **653,018M** (26.96 %)

Capital

S/ **1,769,479 M** (73.04 %)



### Productos y servicios proporcionados

Más de

**40,000**

productos de construcción y mejoramiento del hogar con los que buscamos mejorar la calidad de vida de nuestra clientela.

## Membresías 2020

(GRI 102-13)

- Patronato de Perú 2021.
- Cámara Peruana de la Construcción - Capeco.
- Cámara de Comercio Americana del Perú - AmCham.
- Cámara de Comercio de Lima.
- Asociación de Anunciantes del Perú.
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú.
- Sedex, a nivel corporativo.
- Comunidad PAR.
- Pride Connection Perú.



**Distintivo Empresa Socialmente Responsable.** Por séptimo año consecutivo obtuvimos el Distintivo ESR, el cual fue entregado por la organización Perú 2021 y el Centro Mexicano para la Filantropía - Cemeфи.

Tercer puesto en el **Great Place To Work** a nivel nacional 2020.

Primer puesto en el **Great Place To Work en Diversidad e Inclusión** 2020.

Decimo segundo puesto en el **Great Place To Work Millennials** 2020.

**Premio PODS (Perú por los ODS).** Se obtuvo el reconocimiento por la gestión del programa Junto a Ti (inclusión laboral de personas con discapacidad), resultando ganador en la categoría Prosperidad por la generación de empleo y la reducción de las desigualdades.

**Ranking PAR:** sexto puesto en el *Ranking* PAR 2020.

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

**Premios ECHO Latam 2020:** dos premios Oro. El primero en la categoría Correo Directo por la campaña "Hay sorpresas que no queremos recibir esta Navidad" y el segundo en la categoría "Mejor uso de contenido marcario" por la campaña Yo Soy el Maestro.

**Reconocimiento Merco Perú 2020:** en la edición de Talento Perú 2020 ocupamos el puesto 39. Asimismo, ocupamos el puesto 25 en el *ranking* de Gobierno Corporativo y el puesto 55 de las 100 empresas que destacaron en el *ranking* de mejor reputación empresarial.

2.



# La continuidad

de nuestro negocio: COVID-19



(GRI 102-14)

El año 2020 representó el desafío más grande en la historia de nuestra empresa; el mundo entero ingresó a una etapa de grandes cambios producto de la pandemia del COVID-19.

Perú ha sido uno de los países más golpeados por la pandemia, tanto a nivel sanitario como a nivel económico. El sector *retail* fue uno de los sectores que tuvo que implementar estrategias orientadas a garantizar la continuidad del negocio para dar respuesta al nuevo panorama en el que los hábitos de consumo cambiaron abruptamente; las necesidades básicas y la seguridad se convirtieron en prioridades y, además, se aceleró la era digital.

Debido a la cuarentena decretada por el Gobierno en marzo del 2020, luego de la declaratoria de pandemia por la OMS, nuestras tiendas físicas se mantuvieron cerradas por 98 días mientras que nuestro servicio de venta *online* permaneció de la misma forma por 57 días. Esto generó un impacto económico importante para la empresa.

Por otro lado, cuando se permitió el funcionamiento de nuestras tiendas el temor al contagio generó una gran preocupación; al reactivarse las actividades económicas,

tuvimos que adaptarnos a una nueva normalidad, en donde surgieron diversas exigencias; esto nos obligó a reinventarnos en nuestras capacidades para enfrentar la inestabilidad en la comunidad.

## Nuestro propósito **Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar** nos marcó la ruta para adaptarnos y garantizar nuestra continuidad.



Desarrollamos este propósito en el día a día y bajo la difícil coyuntura del 2020 realizamos una serie de acciones en respuesta a las necesidades durante la pandemia:

### 1. Seguridad de nuestros asesores y asesoras

Reconocer que el COVID-19 era nuestra principal amenaza nos exigió garantizar la seguridad y el bienestar de nuestros asesores y asesoras en su lugar de trabajo (presencial o remoto); por eso, brindamos información clara, transparente y honesta, tomamos acciones de seguridad y prevención y ofrecimos estabilidad económica con diversas opciones en las cuales se buscó minimizar el impacto en las remuneraciones y resguardamos con mayor énfasis a nuestras poblaciones vulnerables.

Frente a nuestra lucha contra la pandemia lanzamos #JuntosNosCuidamos, estrategia que tuvo dos

grandes frentes: salud física y emocional y seguridad y prevención. Bajo el lema "En nuestra casa, lo primero es tu bienestar", nuestros asesores y asesoras contaron con diversas acciones de soporte ante los efectos de la emergencia sanitaria.

Además, desarrollamos, conforme a la normativa vigente, el Plan de Vigilancia, Prevención y Control del COVID-19 en el trabajo, incorporamos un *staff* de profesionales de la salud (médicos y enfermeros) desplegados en las tiendas a nivel nacional y realizamos campañas de sensibilización en la prevención del

Desarrollamos el programa **Reinventate**, a través del cual buscamos que nuestra **población vulnerable** postule a diferentes puestos laborales de naturaleza remota... Logramos más de **600** asesores/as reinventados/as.



contagio en el centro de trabajo, a través de un *bot* llamado JOTA, quien desde las diferentes plataformas digitales constantemente enviaba información a los trabajadores sobre las medidas de prevención que debemos tomar para evitar el contagio. También consideramos una serie de capacitaciones desarrolladas en las plataformas *e-learning* y *Workplace*, donde a manera práctica, detallamos las medidas de prevención del contagio en el trabajo, el entorno familiar y la comunidad.

Privilegiamos el teletrabajo y redujimos los horarios de atención en las tiendas para adecuar los turnos y mantener a nuestros asesores y asesoras de grupos de riesgos en sus hogares, también desarrollamos el programa **Reinventate**, a través del cual buscamos que nuestra población

vulnerable (mujeres embarazadas, adultos/as mayores, personas con discapacidad y personas con comorbilidades) postule a diferentes puestos laborales de naturaleza remota, para minimizar los riesgos de exposición, fomentando la empleabilidad y la inclusión. Logramos más de 600 asesores/as reinventados/as.

Por otro lado, nuestros procesos de selección de personal y nuestro programa Banco de Talento se realizaron de manera virtual.

## 2. Seguridad de nuestra clientela

Establecimos una serie de medidas y protocolos bajo el concepto *Tienda Sana*, que, además de cumplir con la normativa vigente, contempla diversas acciones preventivas adicionales en nuestras tiendas, en las cuales se realizaba diariamente una limpieza profunda de todo el mobiliario y el espacio físico, al inicio y al término de la jornada. Contamos con puntos de desinfección en las puertas de ingreso y puntos estratégicos del piso de ventas, colocamos líneas en los pisos del exterior e interior de cada tienda para asegurar el distanciamiento social. Asimismo, redujimos los aforos, instalamos filtros de protección UCV de tipo cold plasma para mantener un aire más limpio. Implementamos un coche señalizado (coche parlante) que pasea por el piso de ventas cada

hora y es conducido por un miembro del subcomité de Seguridad y Salud en el Trabajo, brindando un mensaje corto de alto impacto para asegurar el cumplimiento de las tres reglas de oro: distancia social, uso de mascarilla y lavado constante de manos. Invertimos más de S/ 9.3 M por concepto de COVID-19.



### 3. Reactivación de cliente/a profesional e impacto en la comunidad

Desarrollamos distintos formatos de capacitación digital buscando cercanía y fortalecimiento con el/la cliente/a profesional; por eso, realizamos el proyecto de capacitaciones digitales que reemplazó a las ferias presenciales, logrando 250 % más de alcance. Además, impulsamos la digitalización del proyecto Construyendo Seguridad para la reinserción a la actividad económica (empleabilidad y protocolos), logrando 25,897 visitas y la Gran Feria de Capacitación Online, de capacitación gratuita en construcción, logró 51 % más de participantes (30,325) frente a la física y 311 % más de acceso a las capacitaciones (117,072).

Asimismo, lanzamos la iniciativa Cuidémonos como en Casa para promover la prevención del contagio; en acciones en conjunto con diversas organizaciones como el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables impulsamos la confección de un millar de mascarillas reutilizables que se entregaron a un albergue, con Indeci realizamos una donación de más de 2,600 kits de bioseguridad, con la Municipalidad de Lima realizamos mejoras en la implementación de protocolos de seguridad en el Mercado Central Ramón Castilla (Mercado Central), con Conadis desarrollamos la iniciativa Mascarillas Inclusivas, las cuales hoy en día nos permiten atender a nuestra clientela con discapacidad auditiva en todas nuestras tiendas y por último, donamos 5,000 mascarillas N95 a EsSalud, las cuales beneficiaron al personal de salud.



### 4. Turbo digitalización

Con el fin de lograr una experiencia omnicanal de excelencia, lanzamos la estrategia #TurboDigitalización, la cual busca acelerar nuestras capacidades físico-digitales y trabajar como un solo equipo para entregar experiencias memorables a nuestra clientela, a través de transacciones tradicionales en tienda, compra web con despacho, retiro en tienda, clic al auto o fonocompras. Esto implicó adaptarnos a una nueva realidad basada en la colaboración, transformando nuestras soluciones y sistemas para fortalecer la omnicanalidad, ofreciendo un amplio mix de productos y entregas en corto plazo y con puntualidad. Para ello, invertimos en nodos logísticos en tiendas estratégicamente ubicadas y bodegas de *click & collect* para complementar la oferta de despacho con entregas en

24 horas, *same day y express*; de esta manera, logramos mejorar el OTIF Omnicanal pasando de 43 % a 94.8 % mientras seguimos reduciendo los plazos de entrega con más del 60 % en menos de 48 horas.

Asimismo, realizamos mejoras físico-digitales en los procesos en el Centro de Distribución, innovando con herramientas digitales la organización de talleres de creación conjunta y gestión en línea. Además, trabajamos en tres frentes para la reducción de costos de despachos: concentración de pedidos en un solo camión, revisión de precios de fletes y renegociación de tarifas con proveedores.

3.



Nuestro gobierno

corporativo





## 3.1 Nuestros órganos de dirección

### Junta General de Accionistas

(GRI 102-18)

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

### Directorio (Estatutario Perú)

(GRI 102-24) (GRI 102-23)

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

Para el periodo 2020 los directores de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. fueron<sup>2</sup>:

- Presidente (no ejecutivo<sup>3</sup>): Juan Fernando Correa Malachowski, de nacionalidad peruana.
- Director (no ejecutivo): Juan Xavier Roca Mendenhall, de nacionalidad peruana.
- Director (no ejecutivo): Bruno Alberto Funcke Ciriani, de nacionalidad peruana.
- Director (ejecutivo<sup>4</sup>): Alejandro Arze Sañán, de nacionalidad chilena.

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

<sup>2</sup> El 100 % de los miembros del Directorio son hombres.

<sup>3</sup> No tiene vínculo laboral con la empresa.

<sup>4</sup> Ejerce labores en Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

(GRI 102-20) (GRI 102-26)



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

- Temas de riesgo y contingencia y los resultados de la empresa: presentación de resultados país desagregado por formato y/o línea de negocio (*Retail, Wholesale, NSR, subgrupos*).
- Temas específicos por área (según agenda).
- *Safe Guardian* (contratos entre partes relacionadas, auditoría, riesgo y cumplimiento, juicios y contingencias).
- Establecimiento de objetivos, valores y estrategia.

El Directorio<sup>5</sup> tiene las facultades de gestión y representación legal necesarias para la administración y dirección de la sociedad dentro de su objeto, con excepción de los asuntos que la Ley General de Sociedades, el Estatuto Social y las leyes pertinentes atribuyen a la junta general de accionistas.

<sup>5</sup>Las funciones del Directorio se encuentran detalladas en el artículo 64<sup>o</sup> del Estatuto Social.

#### Las principales funciones del Directorio son:

1. Instalar y crear sucursales, agencias u oficinas fuera del país.
2. Comprar, vender, permutar y en general, enajenar bajo cualquier título acciones de la sociedad.
3. Vender, donar o ceder a título oneroso, permutar, comprar, vender, prometer, comprar y otorgar promesa de venta de bienes inmuebles o derecho sobre inmuebles.
4. Vender, donar o ceder marcas, patentes, diseños industriales u otra forma de propiedad industrial e intelectual de titularidad de la sociedad o constituir a favor de terceros derechos de cualquier naturaleza sobre ellos.
5. Autorizar y otorgar facultades para realizar y ejecutar donaciones.
6. Garantizar cualquier clase de obligaciones propias de la sociedad o sus filiales, ya sean civiles, naturales, mercantiles, tributarias o de cualquier otra naturaleza de acuerdo a las normas vigentes.
7. Celebrar cualquier clase de pacto o convenio entre socios o accionistas de una sociedad en la que la sociedad tenga una participación social o accionaria.
8. Proponer a la Junta General de Accionistas los acuerdos que crea convenientes a los intereses sociales.
9. Presentar a la junta la memoria, los estados financieros y la propuesta de aplicación de utilidades.
10. Revisar y aprobar cualquier acto o contrato que exceda a las atribuciones de la gerencia general.
11. Nombrar y remover a los/as apoderados/as, representantes y cualquier otro/a funcionario/a al servicio de la sociedad y conferirles las facultades que estime convenientes.

(GRI 102-19) (GRI 102-22) (GRI 102-28)

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

#### El Directorio cuenta con los siguientes comités:

- Comité de directores y el comité tributario, los cuales tienen la responsabilidad de velar por la veracidad de los resultados reportados por el negocio y la verificación en detalle de los avances respecto al Safe Guardian y el desarrollo sostenible del negocio.
- Comité de auditoría (sesiona trimestralmente) cuenta con la presencia de los directores, el gerente general y el gerente de Contraloría. Aprueba y realiza el seguimiento al Plan anual de auditoría, revisa los riesgos más relevantes y el estado de implementación de los planes de acción.
- Comité de riesgo, el cual sesiona seis veces al año.

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

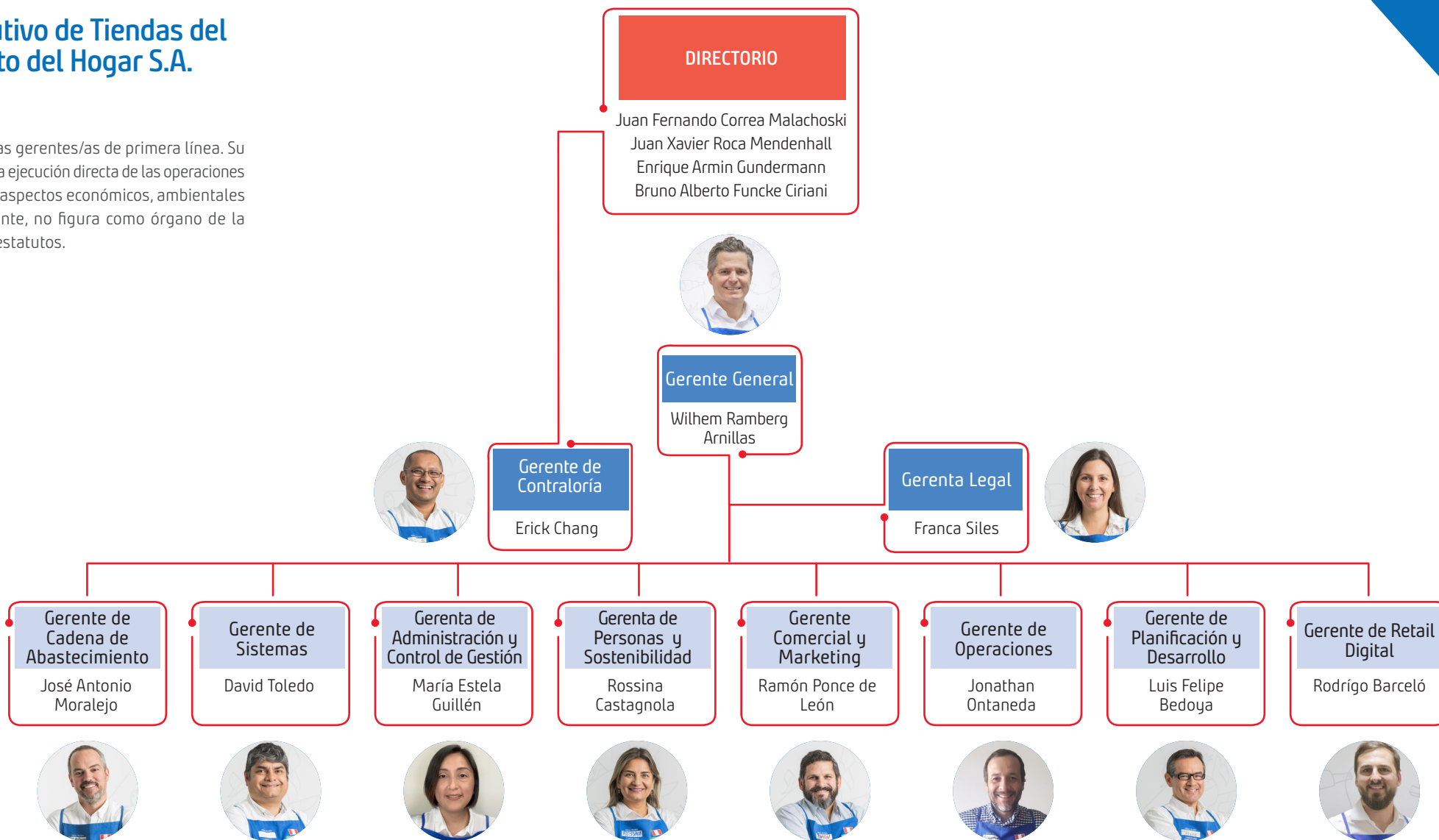
- Desempeño como miembro del Directorio.
- Desempeño del Directorio como órgano.
- Operación y dinámica del Directorio.
- Desempeño de la secretaria del Directorio.
- Alta gerencia.



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

(GRI 102-20)

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





## Instancias corporativas

(GRI 102-18)

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

- **Comité de Gestión País**

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

El gerente general de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. presenta los resultados de la operación del negocio y el seguimiento del negocio y proyectos.

- **Equipo ejecutivo y comité ejecutivo corporativo**

Encabezado por el gerente general corporativo, quien supervisa a los gerentes generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. (Perú) y Sodimac México. Además, lidera un comité ejecutivo corporativo, conformado por los gerentes corporativos de cada área, que se reúne semanalmente. Esta estructura permite una dirección del negocio ágil y eficiente en apoyo a la política de internacionalización de la empresa.



## 3.2 Gestión de riesgos

(GRI 102-15)

Al cierre del año 2020 se realizó el mapeo de los riesgos en todas las áreas de la empresa, identificando 526 riesgos y se priorizó la gestión de ocho de ellos: dos críticos y seis altos, 250 fueron evaluados como medios y 268 como bajos.

- En los planes de acción de los riesgos críticos y altos, se obtuvo tres riesgos en curso, cuatro en revisión y uno retrasado.
- Se está trabajando en el plan de implementación de la plataforma High Bond para migrar a la nueva matriz de riesgos que está compuesta por riesgos estratégicos, los que estarán asociados a los riesgos operativos. Esta plataforma nos proporcionará mayor seguridad sobre la adecuada gestión de los riesgos.

### Gobernanza de la gestión del riesgo

(GRI 102-18)

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

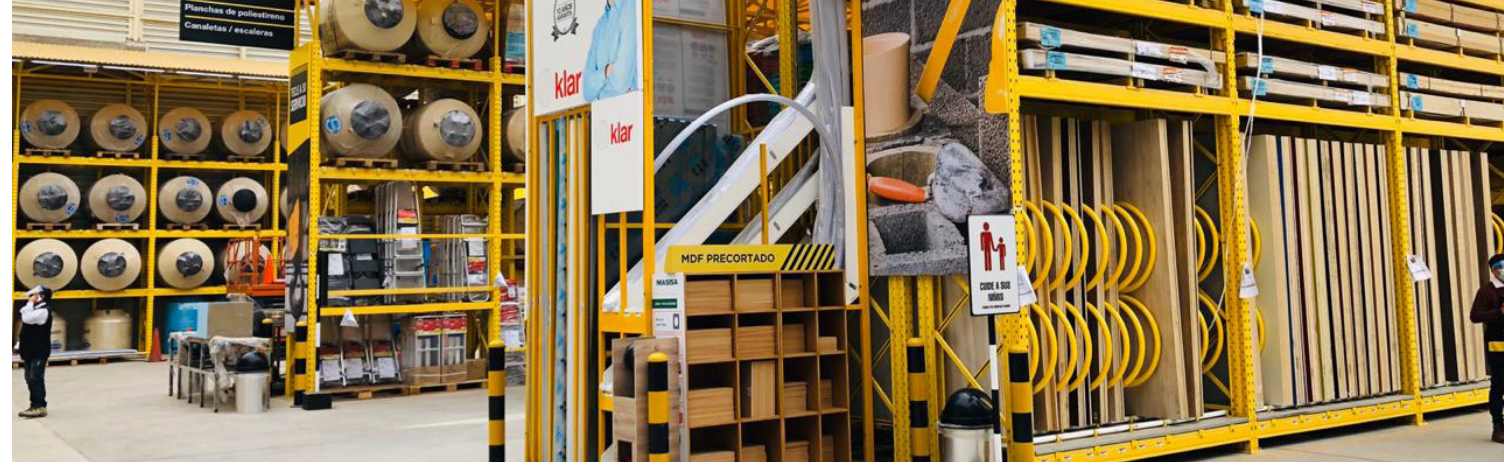
#### Comité de Seguridad de la Información

- Sesión bimensual.
- **Participan:** oficial de Seguridad de la Información, auditoría interna, gerente general y algunos miembros del comité de Gerencia.
- Monitorea los riesgos asociados a la protección de la información de la empresa y el cumplimiento de la normatividad de protección de datos personales de nuestra clientela y otros grupos de interés.
- **2020:** durante el mes de noviembre se aplicó una encuesta a los colaboradores de tiendas (muestra: 212 personas) y como resultado se obtuvo que el 41 % de los colaboradores no conocen el protocolo de atención de derechos ARCO ni los lineamientos de la Ley de Protección de Datos Personales (LPDP).

#### Comité de Auditoría

- Sesión mensual.
- **Participan:** auditoría interna, gerente general y algunos miembros del comité de gerencia.
- Revisa los resultados del programa de auditoría interna, tomando acciones correctivas y preventivas para asegurar el cumplimiento de los procedimientos del negocio.
- **2020:** se realizaron 1,085 auditorías, de las cuales 147 tuvieron calificación de aceptable o buena, diez tuvieron calificación insuficiente, una deficiente, 24 inventarios alcanzaron su meta, 31 no alcanzaron su meta y 872 fueron auditorías no calificadas en las que se comunican los riesgos y situaciones relevantes.





### Comité de Ética

- Sesión mensual.
- **Participan:** gerente general, gerente legal, gerenta de Personas y Sostenibilidad, el oficial de Cumplimiento, el gerente de Auditoría y el gerente de Operaciones.
- Analiza las denuncias realizadas a la línea ética y aprueba las acciones correctivas y preventivas para evitar la recurrencia de estos casos.

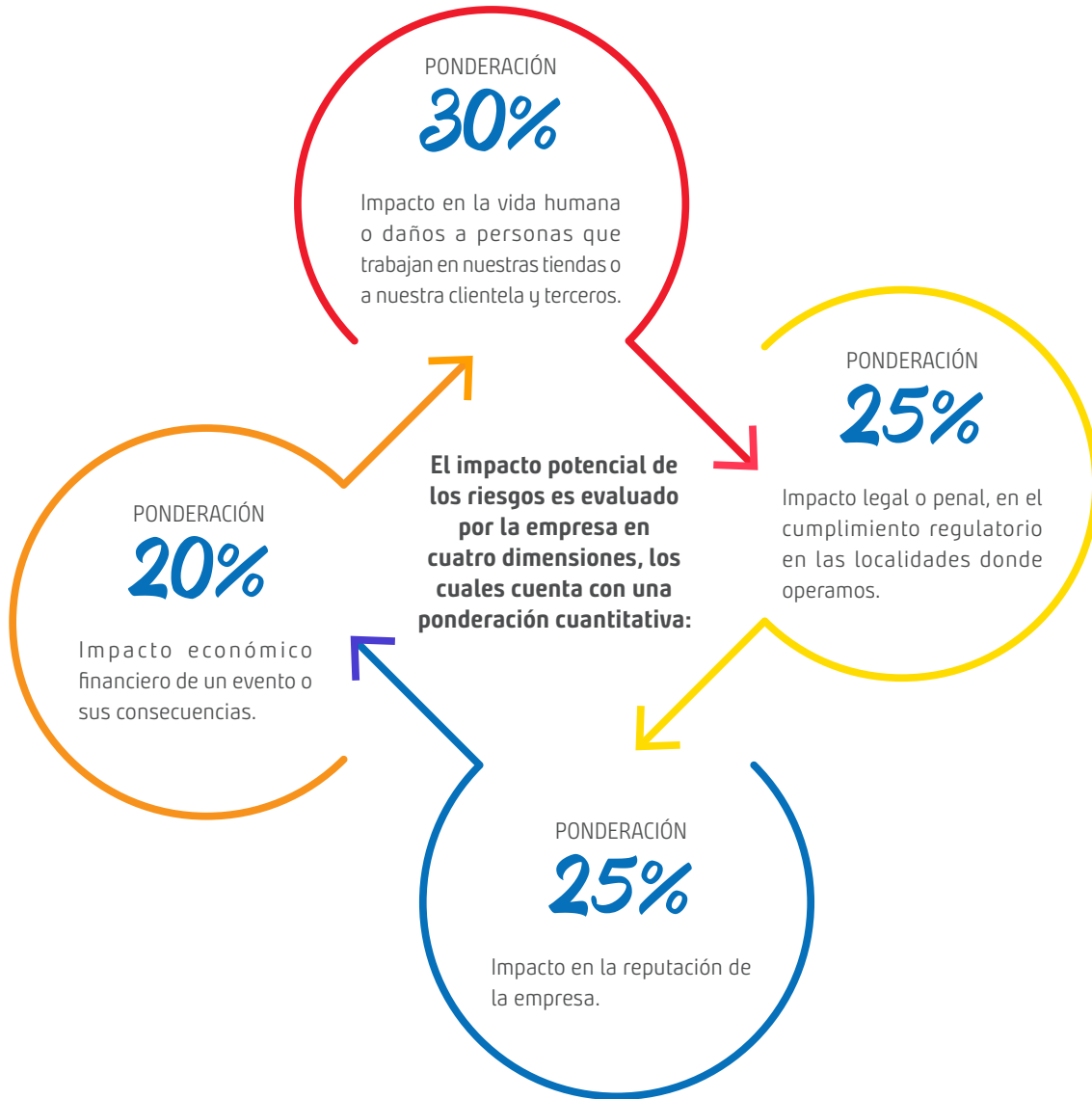
### Comité de Riesgos y Cumplimiento

- Sesión mensual.
- **Participan:** gerente general, gerente de Administración y Finanzas, el gerente legal, el gerente de Sistemas y el subgerente de Riesgos y Cumplimiento.
- Monitorea los riesgos, el seguimiento de los planes de reducción de los mismos y el despliegue de la cultura de gestión de riesgos en la empresa.

### La Matriz Integral de Riesgos

Está conformada por seis matrices:

- Matriz de riesgos en tecnología de la información
- Matriz de riesgos en cumplimiento
- Matriz de riesgos en personas
- Matriz de riesgos financieros
- Matriz de riesgos en crédito
- Matriz de riesgos operacionales



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

La Matriz de Riesgos es reportada mensualmente al gerente general por cada gerente de comité, quienes son los gestores de sus riesgos como primera línea.

## Logros 2020

(GRI 102-30)

- Inicio de la implementación de la plataforma High Bond.
- Capacitación en el programa de Riesgo 2.0, dirigida a los/as gerentes/as de comité.
- Capacitación a los focal points (responsables operativos de actualizar la matriz), completando el 50 % de los cursos del programa de capacitación planificado.
- A nivel de la segunda y tercera línea de defensa, se desarrolló reuniones para analizar los riesgos latentes y las posibles medidas de control y mitigación.

## Compromisos 2021

(GRI 102-30)

- Continuar con el dictado de los talleres de capacitación.
- Continuar con la implementación de la nueva plataforma.
- Continuar con las reuniones de análisis de riesgos a nivel de la segunda y tercera línea de defensa.

## 3.3 Desempeño económico

(GRI 201, 103-1) (GRI 201, 103-2) (GRI 201, 103-3)

Nos permite conocer todos los ámbitos de la interacción económica de la empresa no solo a nivel financiero (venta, utilidad, capital, endeudamiento, otros), sino también a nivel de satisfacción de nuestros asesores y asesoras, clientela y proveedores/as, cuya confianza no se refleja directamente en los estados financieros de nuestro negocio. De igual manera, los indicadores de sostenibilidad nos impulsan a ir más allá de la situación financiera de la empresa.

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

**El desempeño económico se trabaja sobre la base de tres pilares: rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad, a través de los cuales se busca conseguir un impacto ambiental, social y económico equilibrado.**

### Valor directo generado y distribuido

(GRI 201-1)

IMPACTO ECONÓMICO	2020 (M S/)	2019 (M S/)	2018 (M S/)
<b>Valor económico directo creado (VEC)</b>			
a) Ingresos <sup>1</sup>	2,654,831	3,183,158	3,156,334
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>			
b) Costos operativos (pago a proveedores) <sup>2</sup>	-1,965,621	-2,421,845	-2,388,665
c) Retribución a asesores/as <sup>3</sup>	-327,941	-351,255	-346,680
d) Pagos a proveedores de fondos <sup>4</sup>	-65,939	-55,171	-64,808
e) Pagos a gobiernos <sup>5</sup>	-17,884	-39,365	-30,339
f) Inversiones en la comunidad	-324	-650	-629
<b>Total del valor económico distribuido</b>	<b>-2,377,709</b>	<b>-2,868,286</b>	<b>-2,831,121</b>
<b>Valor económico retenido (VER = VEC-VED)</b>	<b>277,122</b>	<b>314,872</b>	<b>325,213</b>

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

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

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

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

(5) Impuestos y sanciones.

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

4.



Integridad

y cultura



# 4.1 Cultura

(GRI 102-16)

## NUESTROS PROPÓSITO



## 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 nuestra clientela.

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

## NUESTROS VALORES



Compartimos prácticas ejemplares con nuestros grupos de interés. Nuestros valores corporativos son esenciales y expresan el resumen de lo que somos, lo que creemos y nos identifica, dando valor único a nuestras operaciones y ventajas competitivas que nos hacen distintos.

**Respeto:** somos alegres, sencillos/as y respetuosos/as con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.

**Excelencia:** estamos orientados al servicio, colocando a nuestra clientela como prioridad, hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser cada vez mejores.

**Integridad:** somos honestos/as, transparentes y juntos 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.

## Nuestros principios culturales Falabella:



- Somos un equipo.



- Hacemos que las cosas pasen.



- Crecemos por nuestros logros.



- Superamos las expectativas de nuestros clientes.



- Actuamos con sentido.

## Nuestros elementos culturales:

(GRI 102-16)

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

## 4.2 Derechos humanos

(GRI 412, 103-1)

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

Durante el 2020 fortalecimos nuestro compromiso con la ética y la transparencia, y difundimos nuestro portal de atención a consultas y reclamos sobre estos temas, denominado Canal de Integridad, el cual está puesto a disposición de los/as asesores/as, directores de la empresa o terceros (clientela, proveedores/as y/o accionistas).

Durante el **2020**  
fortalecimos nuestro  
compromiso con la **ética**  
y la **transparencia**, y  
difundimos nuestro portal  
de atención a consultas y  
reclamos

## 4.3 Sistema de integridad

(GRI 412, 103-1)

### Código de Ética

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

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

Nuestra estructura ética está conformada por:

#### Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento

- Área de la gerencia de Asuntos Legales, a cargo de velar por el buen funcionamiento de nuestro Programa de Ética y el fiel cumplimiento del Código de Ética. Recibe y gestiona las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial. Desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a los asesores y asesoras.

#### Comité de Ética

- Conformado por el gerente general, el gerente de Asuntos Legales y Cobranza, el gerente de Administración y Finanzas, el gerente de Personas y Sostenibilidad y el gerente de Auditoría. Su objetivo es supervisar la efectividad del Programa de Ética.

#### Oficial de Ética

- Es la gerenta legal de la empresa, quien es la designada por el gerente general para que actúe como interlocutor entre la empresa y la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento.

#### Consejeros/as de Integridad

- Son asesores y asesoras que han sido seleccionados por las Unidades de Negocio y que cuentan con un entrenamiento especial para desempeñar su rol:
- Canalizar de forma confidencial las denuncias que se les planteen.
- Asesorar a los asesores y asesoras en temas de integridad.
- Resolver dudas e inquietudes en relación a dilemas éticos.



### Nuestro Canal de Integridad está enfocado en:

- Resolver consultas.
- Recibir denuncias.

### A través de los siguientes medios de contacto:

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

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

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

### Características de nuestro Canal de Ética:

(GRI 102-17)

- Todos los que toman conocimiento de un caso ético deben guardar la máxima confidencialidad.
- Un asesor, una asesora o un tercero podrá con la seriedad y responsabilidad del caso efectuar una denuncia de manera anónima.
- Garantizamos ningún tipo de represalias a todos los asesores y asesoras que de buena fe realicen consultas o denuncias y/o participen en calidad de testigo.



Durante el 2020 se ha registrado 209 comunicaciones a través de los medios de contacto mencionados, clasificándolas de la siguiente manera:

<b>Número de denuncias éticas</b>	147	Atendidas	101 *
		En proceso al cierre del 2020	28
<b>Número de denuncias no éticas</b>	41	Atendidas	35 **
		En proceso al cierre del 2020	3
<b>Número de consultas éticas / no éticas</b>	21	Atendidas	18 ***
		En proceso al cierre del 2020	3

\* Se cuenta con 18 denuncias que se cerraron como inconclusas por responsabilidad de la parte denunciante, en la medida que no brindó información relevante para dar inicio a la investigación.

\*\* Se cuenta con tres denuncias no éticas no atendidas por responsabilidad del cliente/usuario y tres pendientes de atención.

\*\*\* Se cuenta con tres consultas no éticas no atendidas por responsabilidad del cliente/usuario.

## Acciones tomadas por tipo de denuncia

Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
Acoso laboral	4	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: una fundada, una infundada, una cerrada por falta de información y una en trámite. Respecto al caso fundado se tomó las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Carta de Exhortación y Plan de Trabajo.</li> </ul>
Comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	50	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: 21 infundadas, once fundadas, cinco cerradas por falta de información y 13 en trámite. Respecto a los casos fundados se tomó las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Amonestación escrita.</li> <li>● Feedback y Plan de Trabajo.</li> <li>● Desvinculación.</li> <li>● Carta de Exhortación.</li> </ul>
Acoso sexual <small>*Denuncias recibidas a través del Comité de Prevención del Hostigamiento Sexual</small>	22	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: 16 fundadas y seis infundadas. Respecto a los casos fundados se tomó las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Amonestación.</li> <li>● Rotación de tienda.</li> <li>● Desvinculación.</li> </ul>
Conflictos de interés	13	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: dos fundadas, cinco infundadas, cuatro cerradas por falta de información y dos en trámite. Respecto a los casos fundados se tomó las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Desvinculación</li> <li>● Llamada de atención formal</li> <li>● Exhortación</li> </ul>

Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
Integridad financiera o documental	1	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: una cerrada por falta de información.
Infracciones a la normativa interna	28	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: nueve fundadas, nueve infundadas, tres cerradas por falta de información y siete en trámite. Respecto a los casos fundados se tomó las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suspensión.</li> <li>• Amonestación escrita.</li> <li>• Renuncia voluntaria.</li> <li>• <i>Feedback</i> y Plan de Trabajo.</li> </ul>
Represalias	2	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: dos infundadas.
Uso incorrecto de bienes de la empresa	1	La denuncia se encuentra en trámite.
Violencia en el lugar de trabajo	1	La denuncia fue declarada infundada.
Denuncia - Temas laborales con connotación ética (Trabajo seguro y saludable, condiciones de trabajo, etc.)	25	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: cinco fundadas, doce infundadas, cuatro cerradas por falta de información y cuatro en trámite. Respecto a los casos fundados se tomó las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Feedback</i>.</li> <li>• Plan de Trabajo.</li> <li>• Llamada de atención.</li> </ul>

En el 2020 no se registró denuncias por discriminación.

## 4.4 Anticorrupción

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

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

Nuestros Código de Ética, Reglamento Interno de Trabajo, Política de Prevención de Delitos y Política Antisoborno promueven el compromiso de nuestros asesores y asesoras en la lucha contra la corrupción. Asimismo, declaramos públicamente nuestro apoyo a la lucha contra la corrupción dentro de los marcos legales, internacionales y regionales. Contamos con un Modelo de Prevención de Delitos que integra la Política de Prevención de Delitos, un oficial

de Prevención del Delito —rol que recae en el gerente legal—, la Matriz Integral de Riesgos y capacitaciones sobre el Modelo de Prevención de Delitos.

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

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

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

Nuestros **asesores y asesoras** son capacitados/as a nivel nacional sobre el Modelo de Prevención de Delitos. En el año 2020 se capacitó a 98 asesores y asesoras que representan el 1.02 % del total de ambos. Se priorizó las áreas de mayor riesgo, siendo todos los asesores y asesoras que, en virtud de su posición y actividad dentro de la empresa, desarrollan actividades que puedan significar responsabilidad penal o administrativa.

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

En el año **2020** no se identificó casos de corrupción vinculados a funcionarios públicos.

## Logros 2020

(GRI 205, 103-2)

- Se hicieron los siguientes lanzamientos:
  - Campaña Yo Juego Limpio, a través de la cual se reforzó el uso de la Plataforma Yo Juego Limpio y el instructivo de controles.
  - *Tip* reforzando el rechazo a cualquier tipo de soborno.
  - Declaración de vínculo personal con funcionario público.
- Se reforzó la Campaña de Regalos con el personal.

## En enero de **2020** nuestra empresa obtuvo la **Certificación al Modelo de Prevención de Delitos**

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

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

## 4.5 Competencia desleal

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

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

Competimos de manera equitativa, justa y transparente. Además del Código de Ética<sup>6</sup> y el Reglamento Interno de Trabajo, contamos con la Política de Transparencia Comercial que guía el comportamiento de los asesores y asesoras para evitar contingencias. Esta se encuentra disponible en el intranet de la empresa y es parte del contrato con proveedores/as.

Por otro lado, a través de nuestro Canal de Integridad<sup>7</sup>, los asesores, asesoras y proveedores/as pueden reportar casos contra la libre competencia.

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

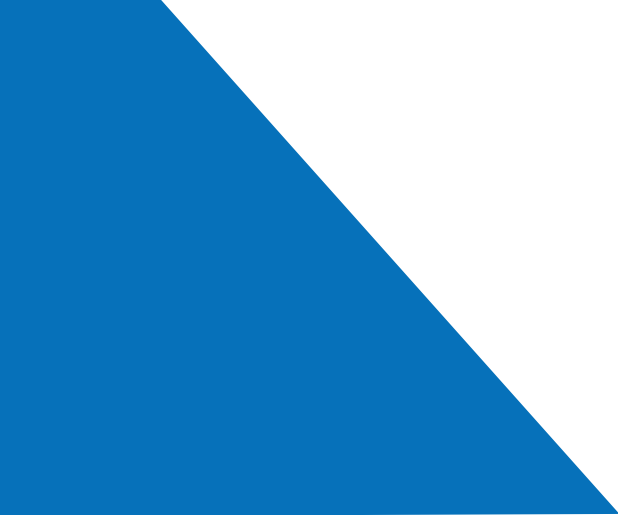
Como empresa, aseguramos a nuestros competidores y clientela que no participamos directa o indirectamente en ningún acto que pueda impedir, restringir o entorpecer la libre competencia. Asimismo, rechazamos toda conducta que desvíe la clientela de un agente del mercado.

Durante el año 2020 no se presentó acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas o la libre competencia.

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

<sup>6</sup>Código de Ética: <https://www.sodimac.com.pe/static/footer/SoPE/codigo-etica-sodimac2018.PDF>.

<sup>7</sup>Canal de Integridad: <https://canaldeintegridad.ines.cl/sodimac/>.



## 4.6 Cumplimiento regulatorio

(GRI 307, GRI 419, 103-3)

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

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

### Logros 2020

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

- Aprobación de la Política Ambiental y de Cambio Climático, la cual fue comunicada a partir del noviembre del 2020.
- Lanzamiento del *Tip de Conducta* para todos los asesores y asesoras sobre nuestro compromiso con el medioambiente.
- No tuvimos casos de incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.

## 4.7 Política pública

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

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

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

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

En el 2020 no hemos realizado contribución alguna a partidos o representantes políticos.

5.



# Sostenibilidad

## 5.1 Política de Sostenibilidad

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

Hemos implementado una variedad de buenas prácticas de sostenibilidad económica, social y ambiental que aporten al desarrollo del entorno. Hoy, somos muy conscientes del impacto significativo que generamos a nivel económico, social y medioambiental, y continuamos reforzando la sostenibilidad como un compromiso transversal de toda nuestra empresa, que en la práctica se ve reflejado en el trabajo constante con todos nuestros grupos de interés.

## 5.2 Nuestra área de Sostenibilidad

(GRI 102-12) (GRI 102-19)

Contamos con un área de Sostenibilidad, la cual forma parte del área de Personas y Sostenibilidad. Además de, un comité de Sostenibilidad, Equidad, Diversidad e Inclusión, liderado por el gerente general.

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

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

### Función del área de Sostenibilidad

(GRI 102-19)

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

### Comité de Sostenibilidad, Equidad, Diversidad e Inclusión Perú

(GRI 102-19) (GRI 102-31) (GRI 102-32)






Integrado por nuestro comité ejecutivo, cuyos miembros son los principales líderes/as de la empresa y el equipo de Sostenibilidad, quienes se reúnen constantemente a lo largo del año con el propósito de resolver y analizar objetivos, estrategias y metas de la empresa en todos los aspectos.




### Comprometidos con los ODS

(GRI 102-12)



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

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

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
<p>FIN DE LA POBREZA</p> 	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sodimac y Maestro son fuente de empleo formal y digno a más de 9,000 personas.</li> <li>Ejecutamos el Programa "Construyendo Empleabilidad" en el que fortalecemos las capacidades para el empleo en la comunidad.</li> <li>Información detallada en el capítulo 7 de este reporte.</li> </ul>
<p>SALUD Y BIENESTAR</p> 	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos en todas las edades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de beneficios Juntos, orientado a nuestros asesores/as.</li> <li>Programa #JuntosNosCuidamos para promover el bienestar físico y emocional en respuesta al COVID-19.</li> <li>Información detallada en los capítulos 2 y 7 de este reporte.</li> </ul>
<p>EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> 	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escuela de excelencia, dirigida a los asesores/as, con la finalidad de que cuenten con las capacidades para brindar a los clientes la mejor experiencia de compra.</li> <li>Programas dirigidos a maestros/as, especialistas y clientela en general: Capacitaciones digitales, la Gran feria de capacitación y Construyendo sostenibilidad.</li> <li>Información detallada en los capítulos 7 y 9 de este reporte.</li> </ul>
<p>EQUIDAD DE GÉNERO</p> 	Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de equidad de género: Mujeres conectadas, enmarcado dentro del Plan de equidad, diversidad y prevención de la violencia, que tiene como objetivo lograr el 40% de mujeres en puestos de liderazgo al 2025.</li> <li>Programa Reinvéntate, lanzado en el marco de la coyuntura del COVID-19.</li> <li>Lanzamiento del Comité de prevención del hostigamiento sexual.</li> <li>Información detallada en el capítulo 7 de este reporte.</li> </ul>
<p>ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p> 	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de iluminación LED en tiendas y proyecto de iluminaria inteligente a una zona ampliada de nuestro Centro de distribución.</li> <li>Información detallada en el capítulo 10 de este reporte.</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
<p>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> 	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tenemos el compromiso de velar por el respeto de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.</li> <li>Contamos con la Política en seguridad y salud ocupacional que establece los lineamientos del cuidado de los/as asesores/as.</li> <li>Programa Mujeres conectadas, que impulsa el empoderamiento y liderazgo femenino.</li> <li>Programa Construyendo empleabilidad, en el que se fortalecen las capacidades de empleo de la comunidad.</li> <li>Programas laborales de inclusión: Junto a Ti, Espíritu joven, Talento Z.</li> <li>Iniciativa SEDEX, que incentiva la reducción de riesgos en la cadena de valor a través de su identificación por medio de auditorías laborales, ética, seguridad y salud en el trabajo y medioambiente.</li> <li>Información detallada en los capítulos 7 y 8 de este reporte.</li> </ul>
<p>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inauguración de Sodimac Homecenter Comas, construido para obtener la certificación LEED.</li> <li>Implementación de iluminación LED en tiendas y proyecto de iluminaria inteligente a una zona ampliada de nuestro Centro de distribución.</li> <li>Información detallada en el capítulo 10 de este reporte.</li> </ul>
<p>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	Reducir la desigualdad en y entre los países.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sodimac y Maestro brindan empleo formal y digno a más de 9000 personas.</li> <li>Programa Construyendo empleabilidad.</li> <li>Política de diversidad e inclusión y Plan equidad, diversidad y prevención de la violencia, orientado a promover un clima de paz a través de la diversidad e inclusión. Programas que los complementan: Mujeres conectadas, Nuevas Masculinidades, Espíritu joven, Crece, Talento Z, Junto a ti y Comunidad libertad.</li> <li>Programa Reinvéntate, en respuesta al COVID-19.</li> <li>Información detallada en el capítulo 7 de este reporte.</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a la mejora de las condiciones de vida de la comunidad: programa Construyendo sueños con TECHO, Haciendo escuela, con Fe y Alegría.</li> <li>• Medición de huella de carbono, orientada a minimizar nuestro impacto ambiental.</li> <li>• Iniciativa Cuidémonos como en casa.</li> <li>• Información detallada en los capítulos 9 y 10 de este reporte.</li> </ul>
CONSUMO RESPONSABLE 	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción del consumo de recursos a través de la oferta de productos eficientes en nuestras tiendas.</li> <li>• Reciclaje de residuos reutilizables y disposición adecuada de residuos no reutilizables.</li> <li>• Iniciativa SEDEX, que incentiva la reducción de riesgos en la cadena de valor a través de su identificación por medio de auditorías laborales, ética, seguridad y salud en el trabajo y medioambiente.</li> <li>• Información detallada en los capítulos 8 y 10 de este reporte.</li> </ul>
ACCIÓN POR EL CLIMA 	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de iluminación LED en tiendas y proyecto de iluminaria inteligente a una zona ampliada de nuestro Centro de distribución.</li> <li>• Medición de huella de carbono, orientada a minimizar nuestro impacto ambiental.</li> <li>• Reciclaje de residuos reutilizables y disposición adecuada de residuos no reutilizables.</li> <li>• Club de voluntarios verde, en el que incorporamos acciones como HaZla por tu playa.</li> <li>• Plan +BICI, implementado en el contacto COVID-19.</li> <li>• Información detallada en el capítulo 10 de este reporte.</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	ACCIONES SODIMAC - MAESTRO
PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contamos con una estrategia de sostenibilidad que es aprobada y monitoreada por el Comité de sostenibilidad, diversidad e inclusión, liderado por nuestro Comité ejecutivo.</li> <li>• Tenemos un compromiso de transparencia a través de la publicación anual de Reporte de sostenibilidad.</li> <li>• Sistema de integridad corporativo, para prevenir e identificar situaciones que pueden ocasionar la falta de confianza en nuestra empresa por parte de sus grupos de interés.</li> <li>• Política de diversidad e inclusión y Plan equidad, diversidad y prevención de la violencia, orientado a promover un clima de paz a través de la diversidad e inclusión. Programas que los complementan: Mujeres conectadas, Nuevas Masculinidades, Espíritu joven, Crece, Talento Z, Junto a ti y Comunidad libertad.</li> <li>• Información detallada en este capítulo y los capítulos 4 y 7 de este reporte.</li> </ul>
ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	<p>Hemos consolidado el trabajo colaborativo con diversas organizaciones en cumplimiento de la Agenda 2030. Las principales alianzas que respaldan nuestros programas son: con el Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables (equidad de género y prevención de la violencia contra la mujer), Aequales (equidad de género), CONADIS (inclusión de personas con discapacidad), Ecotrash (reciclaje), TECHO (construcción de viviendas de emergencia), Fe y alegría (Haciendo Escuela), Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento (Construyendo seguridad), Fundación Forge (inserción de jóvenes vulnerables), Ministerio de trabajo (empleo decente de nuestros/as asesores/as), Municipalidad de Lima (Cuidémonos como en casa), INDECI (Cuidémonos como en casa)</p> <p>Información detallada en los capítulos 7, 9 y 10 de este reporte.</p>



## 5.3 Plan estratégico

### Crecimiento responsable y sostenible

#### Crecimiento

- Crecer, generando mejores accesos, canales de comunicación, mejores productos y servicios para nuestra clientela.

#### Rentabilidad

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

#### Sostenibilidad

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

## 5.4 Dimensiones de sostenibilidad: nuestros grupos de interés

### ¿De dónde partimos?

(GRI 102-40)

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



#### Gobierno corporativo

lideramos con responsabilidad, ética y transparencia, asegurando el respeto a los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor, adaptándonos a las necesidades y exigencias del entorno.



#### Asesores y asesoras

son fundamentales en nuestro avance y posicionamiento en el mercado. Les ofrecemos un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes, respeto a su dignidad como personas, diversidad y fomento del diálogo como mecanismo esencial, en el marco de una cultura saludable y el respeto por los derechos humanos.



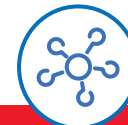
#### Clientes

son el centro de nuestro quehacer a través del comercio y marketing responsables. Respetamos sus derechos, atendemos sus expectativas y habilitamos múltiples canales de comunicación, cumpliendo nuestras promesas, aplicando políticas comerciales justas y transparentes y entregando información clara y completa para que vivan la mejor experiencia de nuestro servicio. Además, nos aseguramos de la disponibilidad, calidad y seguridad de nuestros productos.



#### Proveedores

son nuestros aliados comerciales y cumplen un rol muy importante como socios estratégicos dentro de nuestra cadena de valor. Reafirmamos nuestro compromiso de transparencia comercial, estando totalmente en contra de la corrupción y los conflictos de interés. Operamos bajo normas de ética y un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y el desarrollo sostenible.



#### Comunidad

apuntamos a construir una relación mutuamente beneficiosa y directa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos. Queremos que nuestras acciones mejoren su calidad de vida. Además, mantenemos un constante diálogo con organizaciones del Gobierno para identificar intereses comunes y construir alianzas que contribuyan a una mejor sociedad.



#### Medioambiente

nuestro compromiso implica medir, prevenir y reducir los impactos negativos de nuestra operación, buscando el uso eficiente de los recursos a favor del desarrollo sostenible.

**Nuestros grupos de interés se identificaron tomando en cuenta:**

(GRI 102-42)

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



## 5.5 Diálogo con nuestros grupos de interés

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

### ASESORES Y ASESORAS

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes en el 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
Conversando Juntos (reunión virtual)	A solicitud	Aspectos relevantes de nuestra cultura, gestión del liderazgo de primera y segunda línea.	Informes permanentes y seguimiento del plan de acción
Reuniones de Confianza	Una vez al mes	Aspectos relevantes de nuestra cultura, relación entre equipos y líderes de tienda.	Informes permanentes y seguimiento del plan de acción
Canal de Integridad	Permanente	Temas relacionados a la ética, la discriminación y el hostigamiento sexual.	Difusión en tiendas, oficina central, Call Center y Centro de Distribución. Se potenció el Comité de Prevención del Hostigamiento Sexual y el canal de denuncias a través de campañas de comunicación. Asimismo, se difundieron los tips de ética a todos/as los/as asesores/as.
Canal de soporte psicológico y legal Confía	Permanente	Fortalecimiento del canal de apoyo de asesoría psicológica y legal, activo las 24 horas del día durante los 365 días del año. Se reforzó su difusión	Informes mensuales y seguimiento a los resultados del uso de la línea. Se fortaleció la comunicación para promover el uso del mismo en situaciones relacionadas al estrés o violencia causados por el aislamiento social.

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes del 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
Encuesta GPTW	Anual	Medición del clima organizacional por medio de una encuesta elaborada por el Great Place To Work Institute Perú, que igualmente mide la satisfacción y percepción de los asesores y asesoras al interior de la empresa. El tema más relevante del año estuvo enfocado en diversidad e inclusión.	Plan de acción de mejoras por tienda y por empresa.
Intranet	Permanente	---	---
Workplace	Permanente	Inquietudes relacionadas a la pandemia: protocolos, apertura de tiendas, abono de sueldo a tiempo, bienestar físico y emocional, inclusión y campañas de comunicación.	Se desarrolló el programa #JuntosNosCuidamos para promover el bienestar físico y emocional en toda la organización. Este programa tuvo un despliegue de comunicación importante a través de la plataforma. Además, se desarrolló el programa "Reinvéntate", con el cual se convocó a asesores/as con factores de riesgo a desarrollarse en otras funciones desde la seguridad de su hogar.
Murales digitales	Permanente	---	---
Podcast +Juntos	Mensual	Información preventiva frente al COVID-19	Se desarrollaron charlas con la médica ocupacional o líderes/as de la organización.
SM noticias	Mensual	Información relevante de la organización	Se informó sobre las acciones más importantes de la empresa.



Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes del 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
Reuniones bimensuales virtuales	Cada dos meses	No se tuvo ningún tema en especial	---
Encuesta de Calidad de Vida	Anual	Transporte casa-trabajo de los asesores/as.	Se implementó el plan +BICI para mantener la seguridad y prevención frente al COVID-19 en el transporte casa-trabajo.
Encuesta de salida	A solicitud	Oportunidades de mejora continua en la gestión de nuestra cultura	Sistematización de información e implementación de planes de acción.
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

## CLIENTES

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes del 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
Correo electrónico Telefonía (Contact Center)	Diaria	Invitaciones NPS, Documentos electrónicos, confirmaciones de entrega, aviso de retiro de productos, aviso de generación de notas de crédito.	Informes permanentes y seguimiento al plan de acción, coordinación del plan de acción con gerencias observadas.
	Según lo requerido por el cliente a través de posventa ( <i>SharePoint</i> para visitas a clientes por casos de reclamo de productos importados)	Información técnica Certificación de producto Observaciones de producto	A través de correos, informes técnicos, envío de documentos tales como certificados
Presencial	Diaria	Pronto pagos, descuadres, devoluciones, facturación electrónica	Resultados beneficiosos en las negociaciones de pronto pago Reuniones productivas con nuestra clientela en referencia a facturación electrónica
Redes sociales	Diario, y según lo requerido por el cliente a través de inbox o comentarios	Consultas de pago Programación de despachos Demoras en entregas Productos incompletos Devoluciones Consultas sobre horarios de atención Consultas sobre stock Consultas sobre certificaciones y cursos que brinda la empresa	Revisión con el área de Atención al Cliente y contacto con el cliente vía telefónica Para las preguntas frecuentes de stocks, horarios de atención, políticas de algunas promociones, se desarrolla preguntas y respuestas con las áreas involucradas según el caso.
Documentos en línea	Permanente	Documentos electrónicos	Envío diario
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

## PROVEEDORES

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes del 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
Correo electrónico / Teléfono	A solicitud	Nuevas reglamentaciones que deben cumplir ciertas categorías de productos. Insumos químicos afectos a la fiscalización para productos domésticos	Envío de certificaciones de productos (algunas en proceso) Retiro de productos o cambio de formulación para no incumplir la normativa
SEDEX	Semanal	Suspensión del programa Sedex 2020	Se informó a todos los proveedores sobre a suspensión
Inspecciones en origen	Diario	Coordinaciones de inspecciones de mercadería importada	Vía sistema V2S, donde el proveedor es informado sobre las inspecciones que se realizan en fábrica.
Gestión de reclamos	A solicitud	Gestión de reclamos por la calidad de productos	Despliegue de información a proveedores sobre los casos alertados.
Canal de Integridad	Permanentes	Temas relacionados a la ética, la discriminación y el hostigamiento sexual.	Difusión de nuestro Canal de Integridad a nuestros/as proveedores/as
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

## COMUNIDAD - MEDIOAMBIENTE

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

Organización	Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes del 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
TECHO	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donaciones para construcción de viviendas en Lima y provincias</li> <li>Plan de acción para concentrar esfuerzos en comunidades más necesitadas</li> </ul>	Suspensión de las acciones de voluntariado producto de la pandemia. Se mantuvo la acción Dona tu Vuelto.
FE Y ALEGRÍA	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> <li>Despliegue de rifas Fe y Alegría</li> <li>Donación de productos para las rifas Fe y Alegría.</li> <li>Donación para el proyecto Más lector...mejores oportunidades para la vida.</li> </ul>	Apoyo en la venta de rifas para promover la educación de calidad en el país. Además, se designó presupuesto para las donaciones del proyecto "Más Lectores...mejores oportunidades para la vida"
HAZla por tu playa	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Anual	Alianza en limpieza nacional de playas	Donación de 2,000 pares de guantes Participación del Club de voluntarios y voluntarias en limpieza en marzo
Todos	Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

## GOBIERNO

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

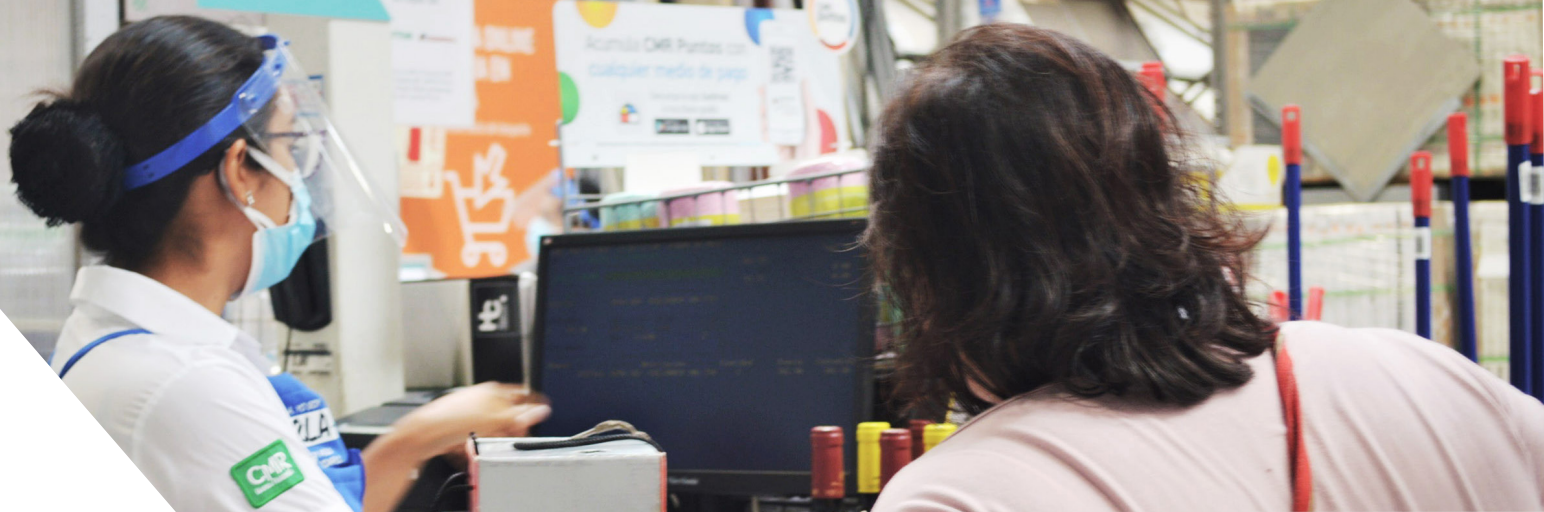
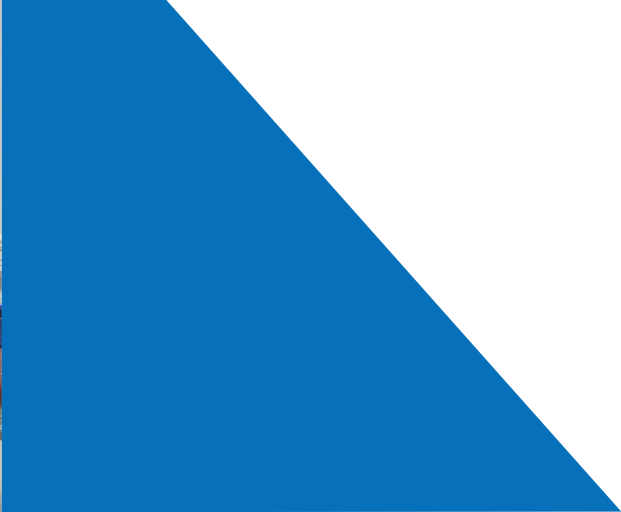
Canal de diálogo	Frecuencia	Temas importantes del 2020	¿Cómo se dió respuesta al tema tratado?
Cartas y oficios de Municipalidades (correo electrónico)	De acuerdo con los requerimientos normativos	Donaciones coyunturales a pedido de municipalidades a las tiendas.	Se realizó las donaciones alineadas a nuestro core de negocio.
Ministerio de la Mujer (correo electrónico y conferencia virtual)	A solicitud	Participación en la campaña "No Estás Sola" y donación de mascarillas.	Fuimos parte de la campaña "No Estás Sola" para prevenir la violencia contra la mujer.
Municipalidad de Lima (correo electrónico y conferencia virtual)	A solicitud	Mejora de espacios en el mercado central.	Donación para mejora de espacios y protocolos.
CONADIS (correo electrónico y conferencia virtual)	A solicitud	Inclusión de personas con discapacidad	Se realizó el despliegue del proyecto "Mascarillas Inclusivas"
Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (correo electrónico y conferencia virtual)	A solicitud	Construcción Segura	Despliegue del programa Construyendo Seguridad
ESSALUD (correo electrónico y conferencia virtual)	A solicitud	Disposición de mascarillas para personal de la salud.	Se realizó una donación de mascarillas N95 para el personal de la salud.
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

6.



Nuestros clientes





Nuestro mercado está compuesto por tres segmentos importantes:

(GRI 102-6)

## 1 Familias

- Personas naturales, de todos los niveles socioeconómicos. Hombres, mujeres y personas no binarias que participan de manera directa o indirecta en la adquisición de productos y en cuyos hogares se realiza algún arreglo, mejora, remodelación o construcción.

## 2 Especialistas y profesionales

- Gasfiteros/as, albañiles, carpinteros/as, electricistas, pintores/as, ingenieros/as civiles, arquitectos/as, contratistas y otros/as que se encuentran ejerciendo su profesión y participando en la construcción, remodelación, mantenimiento o decoración de hogares o empresas.

## 3 Empresas

- Organizaciones e instituciones que deseen materiales de construcción para sus proyectos inmobiliarios y productos para el mejoramiento, mantenimiento y reparación de la infraestructura en donde desarrollan sus actividades.

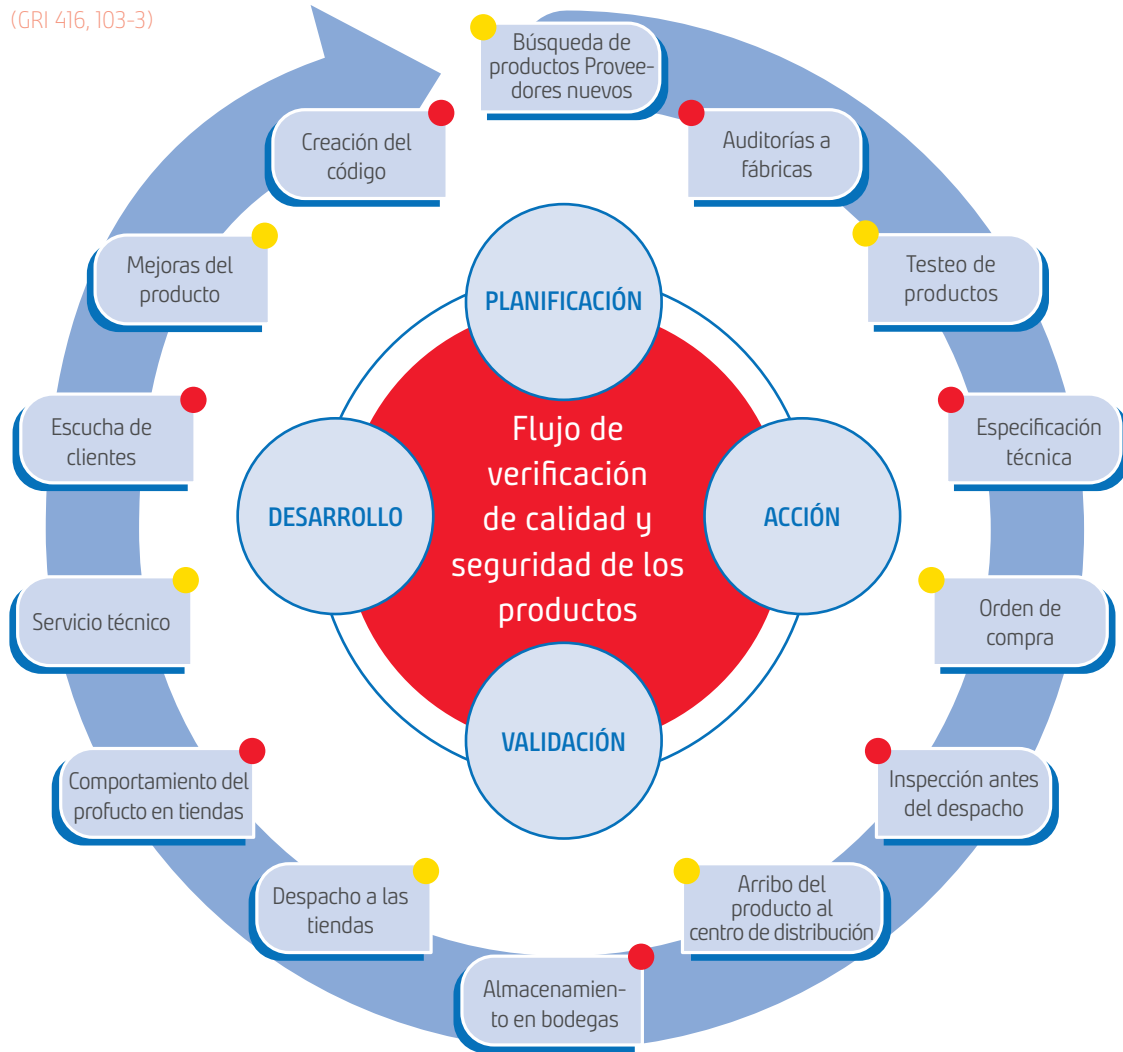
## 6.1 Calidad en los productos es seguridad para el cliente

(GRI 416, 103-1)

Realizamos procesos de gestión de calidad dentro de la cadena de suministro; desde las condiciones técnicas necesarias para crear un producto regulado hasta la participación en la gestión de reclamos por calidad de los mismos.

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

(GRI 416, 103-2) (GRI 416-1)  
(GRI 416, 103-3)



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

Antes de codificar en nuestro sistema un producto regulado (denominado como "sensible", ya que necesita condiciones técnicas reguladas por normativas o reglamentos del estado), se requiere que cumpla con condiciones técnicas documentarias, las cuales se encuentran indicadas en nuestra Matriz de Control de Calidad y a través de la Clasificación Comercial del producto (CLACOM) se determina dicho requerimiento. Estas condiciones pueden verse modificadas, según las nuevas normativas, las exigencias del mercado y los requisitos adicionales.

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

En el 2020 realizamos revisiones documentarias, testeos, certificaciones bajo esquemas regulatorios e inspecciones de fábricas de producción de mercadería en Asia y Latinoamérica, así como las importaciones que efectuamos con el fin de lograr un proceso más fluido y de control.



Durante el **2020** se creó **5,901** productos, (no Marketplace ni Venta en Verde) de los cuales **validamos como Control de Calidad 849** cubriendo un **14 %** respecto del total.

Inicio de medición	1 de enero del 2020
Fin de medición	31 de diciembre del 2020
CLACOM asignadas como "SENSIBLES" (al proceso de V°B° de control de calidad)	476 CLACOM
SKU <sup>8</sup> (código de productos-codificados) – No Marketplace ni Venta en Verde	5,901
SKU con requerimiento de aprobación por control de calidad	849
SKU aprobados por control de calidad	849
% SKU aprobados frente a SKU codificados	14 %

### Inspecciones de productos a proveedores extranjeros

Como parte del control calidad en nuestros productos importados, coordinamos inspecciones tercerizadas con empresas inspectoras internacionales especializadas en el rubro; dichas empresas realizan el levantamiento de la información para la elaboración de órdenes de compra; la metodología utilizada es la inspección por muestreo a partir de la especificación técnica acordada previamente con el proveedor de la mercadería; asimismo, los productos deben cumplir con las exigencias en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

En el 2020 se realizó 1,725 inspecciones, abarcando un total de 6,243 productos (SKU), con lo cual el 50 % de nuestra mercadería importada en dicho periodo fue inspeccionada.

Nuestros procesos de evaluación de la calidad del producto y proveedores se vienen evaluando de forma mensual y anual respectivamente a través de indicadores locales y corporativos.

<sup>8</sup> SKU: Stock Keeping Unit.





## 6.2 Comercio responsable

(GRI 417, 103-1)

El cliente requiere estar informado cuando adquiere los productos o servicios que comercializamos; por eso, la información consignada en las etiquetas de los productos o en los contratos que podamos suscribir es muy importante. En el acuerdo comercial, firmado entre Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. y el proveedor, se menciona los lineamientos que este último debe cumplir acerca del etiquetado del producto. Además, se debe cumplir con las normas técnicas generales aplicadas en el país y las especificadas en el producto.

**Logros 2020**  
(GRI 417, 103-2)

- Se realizó auditorías de los productos creados bajo nuestro proceso de autogestión.
- Se realizó revisiones periódicas en tiendas y web con la finalidad de verificar el cumplimiento del rotulado.

### El etiquetado de los productos requiere de la siguiente información:

(GRI 417-1)

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

### Incumplimientos relacionados con clientes

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

Se presentó un caso de incumplimiento y se pagó la multa respectiva.

Autoridad	Materia	Tipicidad / Infracción	N° de expediente	N° de resolución	Multa impuesta	Multa pagada
Indecopi	Protección al consumidor	Devolución de compra no procesada.	198-2019/PSO-INDECOPI-TAC	0024-2020/CPC-INDECOPI-TAC	0.94 UIT	4, 042.00

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

Se presentó catorce casos de amonestaciones relacionadas a la falta al deber de idoneidad (\*); todos concluidos y con resolución final en el 2020, según el siguiente detalle:

N°	Número de casos	Descripción del hecho
1	4	Producto defectuoso (*)
2	2	Incongruencia entre precio informado y cobrado (*)
3	5	Incumplimiento de despacho a domicilio (*)
4	1	Incumplimiento de retiro en tienda (*)
5	1	Falta de información de precio de producto (*)
6	1	Incumplimiento de mandato

### Etiquetado de productos

(GRI 417, 103-3)

Trimestralmente desde el área de Control de Calidad, realizamos validaciones tanto en tienda como en web de los etiquetados de los productos bajo la Ley de Rotulado de Productos Industriales Manufacturados u otras obligaciones por temas regulatorios (etiquetado de Digesa, Digemid, Eficiencia Energética, etc). No hemos detectado problemas ni deficiencias con respecto a dicha ley; además, hemos logrado que nuestros productos regulados se encuentren con el etiquetado correspondiente.



## 6.3 Privacidad de los datos de los clientes

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

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

En el 2020 se lanzó la comunicación regulatoria al personal respecto al Programa de Protección de Datos Personales y la Política de Privacidad.

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

<sup>9</sup> Net Promoter Score.

## 6.4 Experiencia del cliente

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

Evaluamos la experiencia del cliente a través del NPS<sup>9</sup>. En el 2020, a pesar de las dificultades por la pandemia que vivimos mantuvimos un promedio de 40 puntos en esta evaluación, mejorando en los puntos de contacto críticos como cajas (47 puntos) vendedor (50 puntos) y venta *online* (40 puntos). Nuestros clientes recibieron una mejor experiencia gracias a la simplificación de procesos operacionales, la mejora en la comunicación, la transformación en autoservicios de varios puntos de contacto (antes manuales) y las nuevas propuestas de omnicanalidad que hacen más grata su experiencia.

Los reclamos de los clientes que constan en el Libro de Reclamaciones físico y *online* fueron resueltos en un plazo máximo de 25 días, de acuerdo a nuestra legislación.



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

7.



Nuestros  
asesores y asesoras



## 7.1 Nuestra fuerza laboral

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

Asesores y asesoras por tipo de contrato y sexo

TIPO DE CONTRATO	2019		2020	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Indefinido	5,654	3,902	5,505	3,985
Plazo fijo	65	41	185	131
<b>Total general</b>	<b>5,719</b>	<b>3,943</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>

Asesores y asesoras por tipo de jornada y por sexo

CONTRATO LABORAL	2019			2020		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Jornada completa	4,661	2,551	7,212	4,796	2,731	7,527
Jornada parcial	1,058	1,392	2,450	894	1,385	2,279
<b>Total general</b>	<b>5,719</b>	<b>3,943</b>	<b>9,662</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>	<b>9,806</b>

Al finalizar el **2020** contamos con **9,806** asesores y asesoras, de los cuales, el **41.97 %** son mujeres y el **58.03 %** son hombres.



(GRI 102-8)



#### Asesores y asesoras por categoría laboral y por sexo

CARGO	2019			2020		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Administrativos	398	414	812	387	362	749
Alta gerencia	7	3	10	8	3	11
Gerencias medias	73	19	92	63	19	82
Mandos intermedios	566	316	882	520	311	831
Operaciones	1,941	1,567	3,508	2,430	1,845	4,275
Vendedores	2,734	1,624	4,358	2,282	1,576	3,858
<b>Total general</b>	<b>5,719</b>	<b>3,943</b>	<b>9,662</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>	<b>9,806</b>

#### Asesores y asesoras por región y por sexo

ZONA	2019			2020		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Lima y Callao	3,523	2,629	6,152	3,559	2,806	6,365
Centro	197	130	327	192	123	315
Norte	1,259	676	1,935	1,231	691	1,922
Sur	740	508	1,248	708	496	1,204
<b>Total general</b>	<b>5,719</b>	<b>3,943</b>	<b>9,662</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>	<b>9,806</b>

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

La información sobre los asesores y asesoras se obtuvo de las bases de datos y contratos existentes.

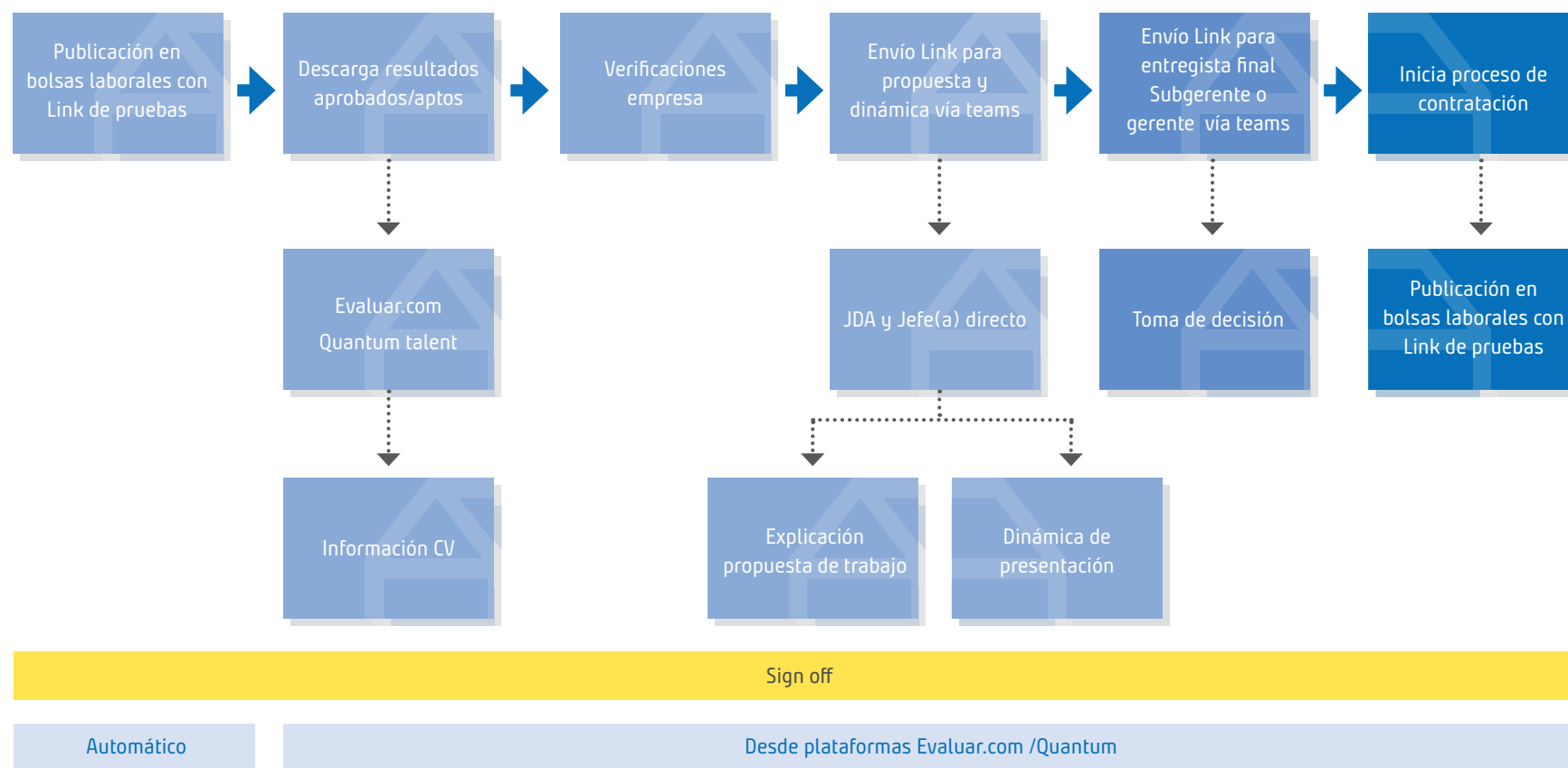
## 7.2 Empleo

(GRI 401, 103-1)

Nuestro proceso de reclutamiento y selección es un proceso objetivo, transparente, dinámico y eficiente; desde el año 2020 es 100 % digital. En nuestro proceso validamos y evaluamos perfiles que demuestren que nuestras futuras asesoras y asesores van a sentirse a gusto trabajando en Sodimac y MAESTRO, con el sentimiento de pertenencia a una gran familia y con nuestra cultura, enfocada a hacer realidad nuestro propósito "Juntos construimos sueños y proyectos de hogar". Nuestras lideresas y líderes se encuentran capacitados en el uso de las herramientas digitales y en la metodología de entrevistas por competencias para que el proceso de selección sea efectivo.

Proceso de **reclutamiento y selección** desde el año **2020** es **100%** digital

El proceso de reclutamiento y selección virtual cuenta con seis etapas, las cuales se describen en la siguiente imagen:



En el año **2020** el **68 %** de las posiciones centralizadas fueron cubiertas a través de nuestros **concursos internos**.

Durante el 2020 reforzamos el uso de herramientas digitales, las que se han convertido en nuestro mayor medio de cercanía con los postulantes tanto internos como externos.

Para las convocatorias internas hacemos uso del Workplace como medio de comunicación y continuamos publicando convocatorias en la plataforma de movilidad interna del grupo Falabella, que fomenta el desarrollo profesional de nuestras asesoras y asesores, quienes obtendrán experiencias en diferentes rubros dentro de la misma familia Falabella.

## Proceso semiciego

(GRI 401, 103-2)

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

## Cumplimiento de compromisos 2020

(GRI 401, 103-2)

- Se proporcionó una buena experiencia a las/os candidatas/os internos y externos durante todo el proceso de selección. Se facilitó tutoriales para el acceso a las plataformas en cada etapa.
- Todos los procesos para ejecutivos de la Oficina de Apoyo se publicaron en la plataforma de movilidad interna del grupo. Cada convocatoria fue informada a los responsables de selección de las empresas del grupo Falabella, permitiéndonos evaluar a asesoras y asesores de los diferentes negocios.





## Nuevas contrataciones y contratación de personal

(GRI 401-1)

Número total y tasa de rotación por grupo etario, sexo y región 2020

REGIÓN	SEXO	Ceses			Rotación 2020		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y Callao	M	680	312	27	45.76 %	18.80%	7.30%
Lima y Callao	F	471	285	14	41.06 %	19.70 %	8.33 %
Zona centro	M	26	12	1	40.63 %	10.81 %	10.00 %
Zona centro	F	19	18	1	35.19 %	29.03 %	33.33 %
Zona norte	M	286	82	2	51.72 %	13.71 %	4.26 %
Zona norte	F	161	55	0	51.11 %	15.85 %	0.00 %
Zona sur	M	156	45	3	52.00 %	12.75 %	7.32 %
Zona sur	F	90	27	3	43.69 %	10.55 %	10.00 %
<b>TOTAL</b>		<b>1,889</b>	<b>836</b>	<b>51</b>	<b>45.14 %</b>	<b>16.40 %</b>	<b>10.07 %</b>

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

REGIÓN	SEXO	Ingresos			Rotación 2020		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y Callao	M	805	270	18	54.76 %	16.32%	4.81 %
Lima y Callao	F	687	355	7	60.00 %	24.43 %	4.12 %
Zona centro	M	22	17	1	32.35 %	15.18 %	10.00 %
Zona centro	F	24	15	0	42.86 %	24.19 %	0.00 %
Zona norte	M	308	80	1	54.80 %	13.16 %	2.17 %
Zona norte	F	195	65	1	61.71 %	18.11 %	7.14 %
Zona sur	M	139	47	1	45.72 %	13.24 %	2.38 %
Zona sur	F	91	31	2	45.05 %	11.97 %	6.67 %
<b>TOTAL</b>		<b>2,271</b>	<b>880</b>	<b>31</b>	<b>49.66 %</b>	<b>17.08 %</b>	<b>4.66 %</b>



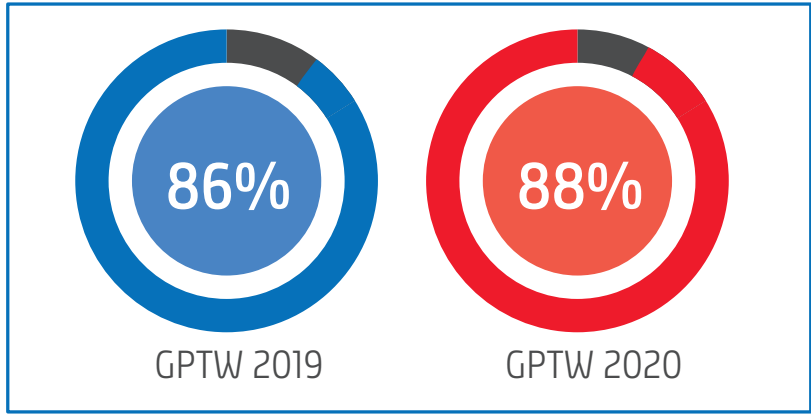
## Clima laboral

(GRI 401-empleo 103-3)

Medimos anualmente el clima laboral por medio de una encuesta elaborada por el Great Place to Work Institute Perú (GPTW); esta encuesta mide la satisfacción y percepción de las asesoras y asesores al interior de la empresa en cinco dimensiones básicas: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

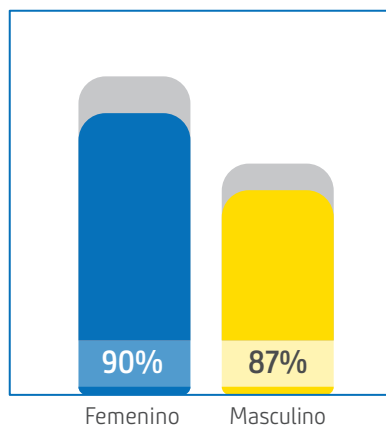
*La encuesta correspondiente al año 2020 se aplicó bajo la modalidad online al **92 %** de los asesores y asesoras de la empresa. El porcentaje aceptación general como empresa es del **88 %**.*

### Resultado general de la compañía

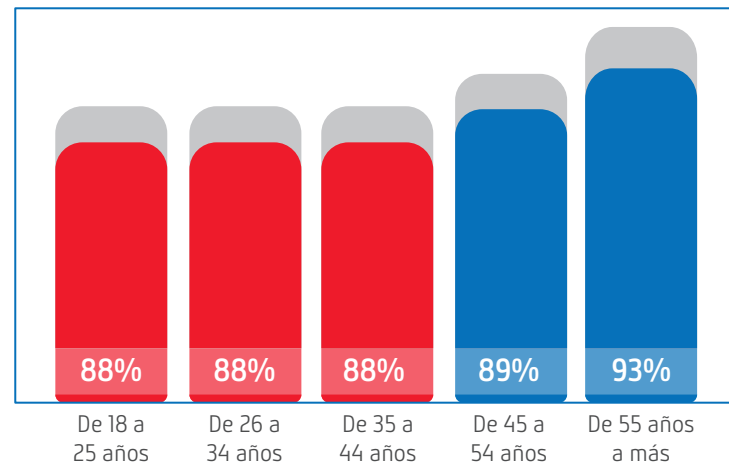


A continuación, presentamos los resultados obtenidos considerando diferentes criterios de segmentación:

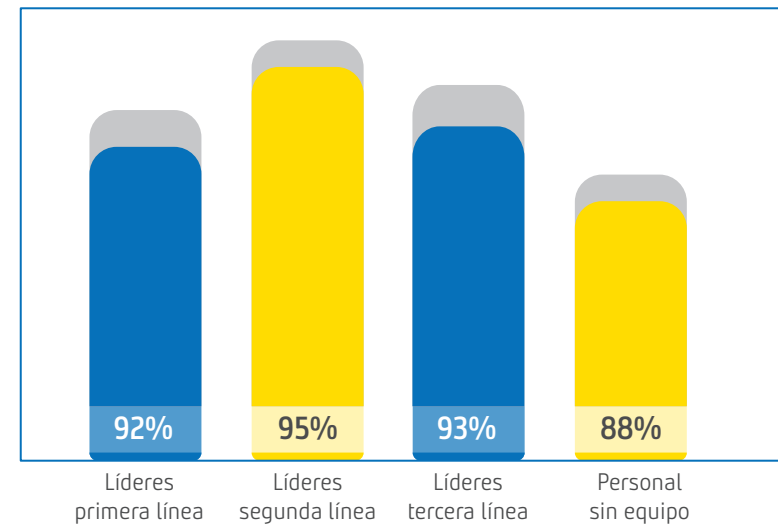
### Satisfacción por sexo



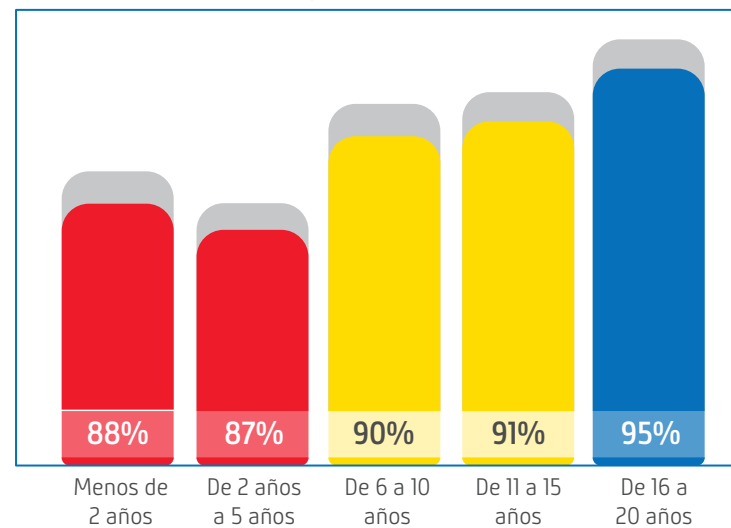
### Satisfacción por edad



### Satisfacción por jerarquía



### Satisfacción por antigüedad



Población vulnerable: **93%**  
de satisfacción

# PLAN DE BENEFICIOS JUNTOS

## Plan de beneficios JUNTOS

(GRI 401-1)

En el 2017 se lanzó nuestro plan de beneficios **JUNTOS**, el cual es inclusivo y consta de cuatro dimensiones; cada año incrementamos o mejoramos los beneficios brindados. Este plan se aplica a los asesores y asesoras que laboran a tiempo completo y tiempo parcial.

### PRIMERA DIMENSIÓN: CALIDAD DE VIDA



## Calidad de Vida

*Beneficios destinados a brindar tiempo libre y el cuidado de la salud del asesor/a y su familia.*

#### Más tiempo para ti

- **Celebrando mi matrimonio o unión civil:** otorgamos 2 días hábiles libres.
- **Recibiendo a mi bebé:** brindamos 10 días libres adicionales a los días que corresponden por ley; los papás y las mamás que adopten un bebé tendrán también estos días adicionales.
- **Día libre por cumpleaños:** otorgamos el día libre (con goce de haber).
- **Más alimento para mi bebé:** terminado el tiempo de lactancia, añadimos 4 semanas más a los que corresponden por ley.
- **Días libres por mudanza:** otorgamos 2 días hábiles libres a nuestros asesores y asesoras que se están cambiando de domicilio.
- **Estamos contigo:** brindamos 4 a 5 días calendarios libres a nuestros asesores y asesoras que sufran la pérdida de un familiar directo.
- **Te cuido. Cuidado de familiar hospitalizado por gravedad:** brindamos 5 días calendarios libres, adicionales a los permitidos por ley.
- **Me cuido. Tiempo libre para atención médica:** otorgamos permiso de 8 horas libres (1 día) para poder atenderse en caso de problemas de salud.
- **Tiempo libre:** brindamos 32 horas (4 días) libres al

año para que lo puedan utilizar en lo que prefieran.

- **Mami regresa feliz:** una vez culminado su periodo pre y posnatal, nuestras asesoras cuentan con un horario especial de menos horas de trabajo (hasta los 8 meses del bebé).
- **Más deporte más salud:** nuestros asesores y asesoras que son deportistas calificados o deportistas independientes con discapacidad cuentan con días con goce de haber para prepararse si se encuentran participando en alguna competencia.
- **Días libres por graduación:** para nuestros asesores y asesoras que están graduándose de una carrera de pregrado, les otorgamos 2 días hábiles libres.
- **Vacaciones para asesores y asesoras PT/PK:** para nuestros asesores y asesoras que trabajan a tiempo parcial les brindamos 6 días libres de vacaciones, al cumplir el año de trabajo.

#### Cuidamos tu salud

- **Programa Confía:** programa de consejería psicológica y asesoría en derecho de familia las 24 horas del día y los 365 días del año.
- **Programa Vive + saludable:** participación en una serie de actividades que ayudan a llevar un estilo de vida más saludable: orientación nutricional, pausas activas

y relajación.

- **Día saludable:** ofrecemos un producto saludable gratuito en todas las sedes.
- **Prevenir es mejor:** campañas de prevención: vacunación, descarte de cáncer de mama y prevención solar.
- **Programa Cuidando mi familia:**
  - > **Guía Recibiendo a mi bebé:** con tips informativos y consejos para la dulce espera.

#### Programa + seguros

- **Empresa Prestadora de Salud:** en alianza con Pacífico Seguros, con cobertura para familiares directos. La empresa asume un porcentaje del costo total.
- **Seguro oncológico:** beneficio adicional a la EPS que la empresa asume al 100 %.
- **Trabajamos + seguros SCTR:** en casos de accidentes de trabajo.
- **Plan Vida Ley:** brindamos una cobertura con el seguro Vida Ley.
- **Plan Salud Ocupacional:** tenemos con un servicio médico ocupacional y monitoreos de higiene ocupacional.



## SEGUNDA DIMENSIÓN: AHORRO



## Ahorro

Beneficios económicos que ofrecemos para todos nuestros asesores y asesoras:

- **Tu mundo Falabella:** nuestros asesores y asesoras tienen grandes beneficios con las empresas del grupo.
  - > **Banco Falabella:** accesos a tasas preferenciales y exoneración de ciertos cobros.
  - > **Viajes Falabella:** descuentos especiales en paquetes turísticos, boletos aéreos y terrestres.
  - > **Tiendas por departamento del grupo:** descuentos especiales entre el 5 y 20 %.
- **Tu economía nos importa:**
  - > **De vuelta a clases:** en el mes de febrero está disponible un adelanto de la gratificación.
  - > **Ahorra más:** descuentos en diferentes establecimientos para los asesores y asesoras y sus respectivas familias.
  - > **Futuro mejor:** convenios con diversas instituciones educativas, con descuentos.
  - > **Aguinaldo navideño.**
  - > **Bono de compañía:** si ocurre la pérdida de un familiar directo (padres, cónyuge, conviviente e hijos/as), brindamos un bono económico para cubrir parte de los gastos.
  - > **Adelanto de apoyo:** en momentos críticos, brindamos la opción de adelantos de la gratificación.
  - > **Mudanza - traslado entre ciudades:** a nuestros asesores y asesoras que se trasladan a trabajar a otras provincias se les brinda un bono económico para instalarse en su nuevo hogar y se les cubre el valor del pasaje y el envío de sus objetos personales.
  - > **Bono de excelencia académica:** premiamos con un bono económico por ciclo al excelente rendimiento académico en los estudios universitarios o técnicos afines a las labores que realizan.
  - > **Bono de escolaridad:** otorgamos un bono económico a aquellos que tienen hijos menores de edad.
  - > **Ahorro + deporte + salud para deportistas certificados:** otorgamos un bono económico a aquellos que sean deportistas y participen en competencias nacionales e internacionales.

## TERCERA DIMENSIÓN: UNIDOS



## Unidos

Celebramos y disfrutamos de una vida más feliz tanto en el hogar como en el trabajo.

- **Celebramos en familia:**
  - > Chikicaminata: nuestras engreídas y engreídos de la casa tendrán un día especial para visitar a su papá o mamá en su lugar de trabajo.
  - > Día del niño/a: saludo por su día.
  - > Bebé en casa: regalamos un lindo kit de bienvenida para los nuevos integrantes de las familias de nuestros asesores y asesoras.
  - > Navidad de los niños y niñas: Para aquellos que tienen pequeños de hasta 12 años se les entrega un presente especial.
- **Celebramos en equipo:**
  - > Celebramos en la empresa: Día de la Madre, Día del Padre, Día de la Amistad, Día de la Mujer, Día del Vendedor, Día del Trabajo, Fiestas Patrias, Día del
- **Abuelo, Halloween Criollo, Día del Hombre, Aniversario de Tienda, Reunión de Navidad, Celebración de Cumpleaños y Compartir por Inventario General.**
- > Programa de reconocimiento REIR: creado con la finalidad de premiar a nuestros mejores asesores y asesoras.
- **Conversando Juntos:** es una herramienta de escucha que permite conocer la situación que viven diariamente los asesores y asesoras en la tienda.
- **Canal de Integridad.**
- **Reuniones bimensuales:** cada dos meses tenemos espacios para compartir logros, cambios, campañas o reconocimientos en todas nuestras tiendas.



## Progreso

### CUARTA DIMENSIÓN: PROGRESO

#### • Desarrollo profesional:

- > Escuela de Excelencia Sodimac y MAESTRO.
- > Línea de carrera: contamos con nuestros programas de concursos internos Escalando.

• **Feria de la salud:** invitación a diferentes proveedores de la salud para que los asesores y asesoras utilicen este servicio.

• **Política de horario flexible para la Oficina de Apoyo:** adaptamos los horarios de ingreso y salida de los asesores y asesoras de acuerdo a sus necesidades. Horario de verano en los primeros meses del año.

• **Política de home office:** para todos los que trabajan en la Oficina de Apoyo.

• **Lactarios:** tenemos implementados lactarios en todas nuestras tiendas, Centro de Distribución y Oficina de Apoyo.

**Carta a la familia:** documento virtual dirigido específicamente a los familiares de los asesores y asesoras. Este documento informa acerca de los beneficios que ofrece la empresa y se encuentra en la plataforma Turecibo.com.

### Compromisos 2021

(GRI 401, 103-2)

- Ser una empresa referente en empleabilidad, fomentando la inserción laboral e igualdad de oportunidades.
- Lograr que los postulantes internos y externos se sientan cómodos en el proceso de selección virtual.
- Continuar promoviendo la movilidad interna en el grupo Falabella.
- Incrementar el porcentaje de nuestras vacantes a través de concursos internos.
- Incrementar los bancos de talento con el fin de brindar las herramientas que nuestras asesoras y asesores necesitan para crecer profesionalmente.

(GRI 401, 103-3)

Nuestras actividades de reclutamiento son auditadas anualmente, de acuerdo al programa de auditoría establecido



## 7.3 Presencia en el mercado

(GRI 202, 103-1)

Sodimac y MAESTRO como marcas empleadoras tienen una fuerte presencia en el mercado, la cual difundimos desde el área de Personas y Sostenibilidad a toda la empresa para incentivar, alinear y motivar a nuestras asesoras y asesores, de modo que vivan y transmitan nuestros valores REIR: Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad, al convertirse en embajadores/as Sodimac y MAESTRO.

En el 2020 nos ubicamos en el primer lugar a nivel nacional como empresa que apoya la diversidad e inclusión.

### Nuestra estrategia de difusión de marca se basa en tres etapas:

1. Sensibilización de los valores de la empresa.
2. Transmisión de los beneficios ofrecidos por la empresa.
3. Sentido de pertenencia a nuestras marcas: orgullo de formar parte de la empresa.

### Las diversas fuentes de reclutamiento para los procesos de selección son las siguientes:

#### PROGRAMA ESCALANDO: crecimiento interno

- Nos comprometemos en brindar a todas nuestras asesoras y asesores las mismas oportunidades de crecer en las diferentes áreas y sedes de la empresa.
- En el 2020 el 68 % de nuestras vacantes fueron cubiertas gracias al programa Escalando.

#### PROGRAMA RECLUTA Y GANA: programa de referidos

- Permite que los asesores y asesoras comenten a sus familiares, amigos/as y conocidos/as para que se unan a la familia Sodimac o MAESTRO. Este programa nos ha permitido ampliar nuestra base de postulantes y tenemos más de 282 referidos/as que ahora forman parte de la familia de Sodimac y MAESTRO.

#### BOLSAS LABORALES: virtuales

- Hacemos uso de las bolsas laborales virtuales existentes en el mercado y mantenemos convenios con diversas universidades a nivel nacional.

#### REDES SOCIALES

- Nuestra principal fuente de reclutamiento en redes sociales para puestos administrativos es LinkedIn, plataforma que nos ha permitido llegar con facilidad a muchas candidatas y candidatos para nuestras diferentes sedes.



### CONVENIOS CON INSTITUCIONES: en Lima y provincias

- Contamos con más de 60 convenios realizados con diferentes instituciones educativas (públicas y privadas) y municipalidades que nos permiten atraer talentos. Nuestro principal convenio es con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a través del programa Impulsa. La interacción que tenemos con las diferentes instituciones es mensual mediante nuestra participación en ferias laborales y nuestro programa Construyendo Juntos Empleabilidad.

### FERIAS LABORALES: virtuales

- Participamos en diversas ferias laborales a nivel nacional, organizadas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, institutos, universidades, municipalidades, entre otros.
- Durante el 2020 las ferias virtuales se llevaron a cabo digitalmente, lo que nos permitió llegar a más personas interesadas en menos tiempo

### BANNERS CON CÓDIGO QR: conoce nuestras vacantes

- Se encuentran al ingreso de todas las tiendas. A través de los códigos QR, las personas interesadas pueden escanear el código desde sus celulares, el cual los lleva a visualizar nuestras vacantes actualizadas.

### MUEVETE FALABELLA

- Es el programa que fomenta el movimiento de nuestros asesores y asesoras entre los diferentes negocios, ya sea a nivel nacional o en los países en los que estamos presentes; esto les permite aprender diferentes rubros y aplicar todo el conocimiento adquirido.

## Programas de Talento: diversidad e inclusión

(GRI 401, 103-2)

Buscamos incentivar una cultura de paz en la empresa y la comunidad, dándole valor a la diversidad, la equidad de género y la igualdad de oportunidades y promoviendo el respeto entre todos, a través de nuestros programas:

- **Mujeres Conectadas:** Equidad de Género
- **Nuevas Masculinidades:** Equidad de Género
- **Espíritu Joven:** diversidad generacional.
- **Crece:** diversidad generacional.
- **Talento Z:** diversidad generacional.
- **Junto a Ti:** diversidad funcional.
- **Comunidad Libertad:** diversidad sexual (inclusión LGBTIQ+).
- **Construyendo Juntos Empleabilidad:** enfocado en brindar herramientas de empleabilidad e inserción al mercado laboral, dirigido a la comunidad en general, en formato virtual.
- **Reinvéntate:** dirigido a toda nuestra población vulnerable o de riesgo.





## Cumplimiento de compromisos 2020

(GRI 202, 103-2)

- Continuamos trabajando en la inserción laboral de personas con discapacidad (PCD) a nuestra familia; en el año 2020 ingresaron siete asesores/as que se encuentran en nuestras diversas sedes, teniendo un total de 129 asesores/as activos/as.
- Continuamos promoviendo el programa Espíritu Joven que consiste en la inserción laboral de adultos/as mayores y fomentamos emprendimientos, llevando a la comunidad nuestro programa Construyendo Juntos Empleabilidad en formato virtual, teniendo un total de 443 asesores/as activos/as.
- Lanzamos el programa Reinvéntate, dirigido a la reubicación de nuestros veteranos asesores y asesoras en otras áreas para que puedan hacer trabajo remoto, por el que pasaron 600 asesores/as aproximadamente en 2020.
- En todos los procesos de selección de ejecutivos de la Oficina de Apoyo consideramos por lo menos a una mujer en la terna.

## Compromisos 2021

(GRI 401, 103-2)

- Continuar promoviendo el programa Junto a Ti para la inserción de personas con discapacidad a un trabajo digno y justo.
- Continuar con estrategias para mantener la equidad de género en los procesos de selección de ejecutivos de la empresa.
- Continuar capacitando a la comunidad para que sigan siendo empleables en esta era digital con nuestro programa Construyendo Juntos Empleabilidad.
- Realizar nuevos programas de desarrollo.

## Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local

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

Nuestros altos directivos pertenecen a las categorías de alta gerencia y gerencias medias. Contamos con 93 asesores y asesoras que pertenecen a dichas categorías, de los cuales 91 pertenecen a la comunidad local donde desarrollan sus actividades, lo que equivale al 98 % de asesores y asesoras de dichas categorías laborales.

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

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

Para que los resultados sean más eficientes nos enfocamos en nuestros cinco Principios Culturales Falabella.

## 7.4 Políticas de remuneración

(GRI 102-35)

Han sido establecidas por Sodimac Corporativo; estas consisten en una estrategia de compensación que asegure el cumplimiento de los lineamientos estratégicos de la empresa, mantenga la competitividad en el mercado, genere equidad interna entre las empresas del grupo y logre atraer, motivar y retener el talento.

La estructura de compensación se construye sobre la base de tres elementos:

**El sueldo fijo:** valora el capital humano, la experiencia, las competencias requeridas para la posición bajo una metodología de evaluación de puestos en función a un puntaje (IPE de Mercer) y se aplica utilizando bandas salariales que se agrupan por grado IPE.

**El bono variable a corto plazo:** retribuido, según el desempeño, los resultados y la contribución de indicadores claves para el negocio, medidos en un periodo mensual o semestral.

**Incentivo variable a largo plazo:** incentivo por los resultados del negocio y la capacidad de creación de valor para la empresa a largo plazo.

Cada año se realiza una revisión salarial acompañada de una revisión del desempeño obtenido. Se establecen dos motivos de incremento salarial alineados al reconocimiento por desempeño y promociones de posición.

En el año 2020 tuvimos 598 casos de desvinculación y el importe de la indemnización se pagó de acuerdo a lo que indican las normas laborales<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Artículo 38 del D.S. No. 003-97-TR Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728: Ley de Productividad y Competitividad Laboral: la indemnización por despido arbitrario es equivalente a una remuneración y media ordinaria mensual por cada año completo de servicios con un máximo de doce (12) remuneraciones. Las fracciones de año se abonan por dozavos y treintavos, según corresponda. Su abono procede superado el periodo de prueba. Reglamento: artículos 31, 55, 56 y 74.



## 7.5 Capacitación y evaluación del desempeño

### Capacitación

(GRI 404, 103-1)

La Escuela de Excelencia de Sodimac y MAESTRO desarrolló en el 2020 un plan de aprendizaje alineado a la cultura y pilares estratégicos de la empresa para brindar la mejor experiencia de compra de nuestra clientela. Este plan cuenta con seis facultades y cinco dimensiones:

#### Facultades

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

#### Dimensiones

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

Fomentamos el conocimiento con una metodología autosostenible que consolida el conocimiento, lo comparte y lo actualiza sobre la base de las necesidades de nuestra clientela de manera eficiente y oportuna a través de los líderes y expertos de la empresa.

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

### 1. MONITORES INTERNOS:

asesores y asesoras que dominan un proyecto (tema) y que han sido formados en competencias de enseñanza. En la empresa tenemos trece departamentos técnicos y 117 proyectos en total; para cada proyecto tenemos monitores/as en cada tienda.

En el **2020** certificamos **2,904 monitores/as internos** distribuidos a nivel nacional.

### 2. MOMOS:

son monitores de monitores que lideran los trece departamentos técnicos del negocio y velan por que el conocimiento de cada proyecto que les corresponde se mantenga actualizado y se dicte oportunamente.

Actualmente contamos con **74 MOMOS** y **65 MOMOS digitales** (impulso de herramientas digitales)

## Desde el frente de Capacitación Técnica de la venta proyecto logramos lo siguiente:

- 112,138 horas de capacitación en nuestros proyectos principales para todos los roles de servicio al cliente.
- Se rediseñó el programa La Copa del Saber relanzándose como La Copa del Saber TURBODIGITALIZADA, donde se incluyeron los siguientes cambios:

#### PRIMERA FASE: #EstudiandoAndo

- **Innovathon:** obteniendo 16 nuevas prácticas de estudio para el Libro del Saber.
- **Trivias del Saber:** obteniendo 52 en total (4 por departamento) | 6835 interacciones | 2025 likes.
- **Podcasts del Saber:** obteniendo 1382 reproducciones.
- **Círculo de Estudios 2.0:** transmisiones en vivo en las comunidades de conocimiento del Workplace, lideradas por nuestros/as MOMOS. Se obtuvieron trece sesiones de 1 hora cada una | 1834 reproducciones | 733 comentarios.
- **Simulacros virtuales:** pruebas intermedias para reforzar proyectos que puntuaron más bajo a través de capacitaciones de refuerzo con MOMOS y proveedores. Obtuvimos un promedio por empresa de 91.4 % | Incremento de tres puntos porcentuales respecto al último Conocimiento Técnico (CT) del 2019.

#### SEGUNDA FASE: #LaPruebaDelSaber

- Evaluación de Conocimiento Técnico (CT) con incremento de tres puntos porcentuales respecto al año anterior: 93.3 % (MAESTRO) y 90.6 % (Sodimac).
- Se incluyó el indicador NPS Conocimiento Vendedor como requisito excluyente para determinar a las cuatro tiendas ganadoras.

#### TERCERA FASE: #LaPremiathon

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

- Despliegue del Laboratorio de Expertos, programa de formación integral que se encarga de impartir herramientas de corte práctico, técnico, cultural y digital a nuestros asesores y asesoras para brindar el mejor servicio a nuestra clientela PRO.



## Desde el frente de Capacitación en Habilidades Comerciales logramos:

- **Lanzar a través del e-learning:**
  - > El Mundial de las 4C, cuyo objetivo es reforzar las cuatro fases del protocolo: Contacto, Comprendo, Convenzo y Cierro.
  - > PROSOF, cuyo objetivo es reforzar los cuatro pilares del Convenzo: Venta Proyecto, Servicios comerciales, Omnicanalidad y Financiamiento.
- **El concurso 4C:** diseñamos y lanzamos cápsulas de aprendizaje a través del Workplace. Los/as asesores/as participaron poniendo en práctica el protocolo 4C en videos divertidos de TikTok.
- Definir una malla de capacitación para asesores/as de tienda que se trasladaron al *Call Center*.
- Las convenciones de gerentes de tiendas y JDA.

## Desde el frente de Capacitación Omnicanal logramos:

- Incrementar la oferta de cursos e-learning con el lanzamiento de 38 nuevos cursos.
- Desplegar el programa Construyendo Liderazgo Microlearning, dirigido al Top 2000 a través de la plataforma de aprendizaje UBITS. Logramos 581 horas de capacitación.
- Seguir con nuestra capacitación en herramientas digitales. Se reforzaron cursos de captación tales como CRM Salesforce (2,983 horas), Fpay (1,630 horas), Pechera Móvil: (1,952.5 horas), Módulo.com (2,333 horas) Siebel y BOVE (4,344 horas).
- El proyecto EvolucionasAP con la certificación en SAP, logrando certificar a 375 usuarios certificados en SAP (96 % usuarios certificados previos al Go Live).
- La certificación de Brigadistas en modalidad mixta: se hizo el despliegue de la certificación de brigadista virtual en el módulo teórico y presencial en el módulo práctico. Se realizaron en total 8,599 horas de capacitación.



## Compromisos 2021

(GRI 404, 103-2)

- Incrementar nuestro indicador de CT y NPS Vendedor a través del despliegue de iniciativas de aprendizaje que impacten en el conocimiento técnico de nuestros asesores y asesoras.
- Potenciar nuestro modelo de ventas con calidad de servicio Las 4C.
- Impulsar la transformación digital en nuestra empresa con el apoyo de los líderes y el rol del MOMO digital.
- Potenciar el desarrollo de competencias de liderazgo bajo el programa Líder Ejemplo.



(GRI 202, 103-2)

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

Categoría Laboral	Horas - Mujeres		Horas - Hombres		Total de horas por categoría	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Gerente y subgerente (Oficina de Apoyo y tiendas)	2,667	5,289	6,931	12,002	9,598	17,291
Profesionales y administrativos (Oficina de Apoyo + tiendas excepto Ventas, jefes/as y asesores/as)	21,898	3,778	34,376.5	4,323	56,274.5	8,101
Otros/as asesores/as, jefes/as y asesores/as de Ventas	143,349	57,069	202,647	104,131	345,996	161,200
<b>Total por género</b>	<b>167,914</b>	<b>66,136</b>	<b>243,954.5</b>	<b>120,456</b>	<b>411,868.5</b>	<b>186,592</b>

### Medimos nuestra gestión con:

(GRI 404, 103-3)

- La evaluación de Conocimiento Técnico y el NPS Vendedor (conocimiento y satisfacción) que nos ayudan a diagnosticar la situación actual para definir planes de acción.
- Analizamos las capacitaciones 80/20 por área para identificar que los asesores y asesoras estén recibiendo capacitaciones técnicas que eleven su nivel de conocimiento y se refleje en las ventas y el servicio al cliente.
- En relación al liderazgo, nuestro principal indicador es la evolución de la nota de Evaluación del Desempeño.

## Evaluación del Desempeño

(GRI 404, 103-1)

Nos permite medir objetivamente el desempeño de nuestras asesoras y asesores, según los cinco principios culturales del grupo Falabella, nuestros valores REIR y nuestro propósito “Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”. A través de esta evaluación, identificamos nuestras fortalezas y oportunidades de mejora.

Estamos muy interesados en el crecimiento personal y profesional de nuestros asesores y asesoras; por eso, el proceso de evaluación del desempeño tiene los siguientes beneficios:

- Genera un espacio formal de *feedback*, donde podemos retroalimentar a nuestros asesores y asesoras sobre su desempeño, generando cercanía y confianza.
- Nos ayuda a tomar acción sobre las oportunidades de mejora encontradas.
- Nos ayuda a identificar, reconocer y potenciar a los talentos de nuestra empresa.
- Es un requisito indispensable para aplicar a concursos internos, traslados y programas de desarrollo.

Para evaluar adecuadamente nuestro desempeño, contamos con un formulario corporativo de evaluación del desempeño que se basa en nuestros cinco principios culturales Falabella, con valoración que van del 1 (no cumple) al 4 (sobresaliente), siendo 2.9 el puntaje de aprobación:

- Superamos las expectativas de nuestra clientela.
- Hacemos que las cosas pasen.
- Somos un equipo.
- Crecemos por nuestros logros.
- Actuamos con sentido.

En Sodimac y MAESTRO nos preocupamos para que este proceso sea objetivo y contamos con varias etapas para conseguirlo:

- **Selección de fuentes:** donde se designarán los evaluadores y evaluadoras.
- **Evaluación de competencias:** donde todas las fuentes de evaluación, incluyendo a el asesor/a, valoraremos nuestro desempeño.
- **Calibración:** donde en un comité, conformado por el equipo de personas y sostenibilidad, gerencias y jefaturas, se analizará objetivamente el desempeño de cada asesor y asesora.
- **Feedback y Plan de Desarrollo:** es una conversación en donde cada jefe o jefe expresará las fortalezas y oportunidades de mejora a cada uno de sus asesores/as, a partir de ello, se crearán los planes de desarrollo.
- **Encuesta de cierre:** donde los/as asesores/as evaluados/as dan a conocer su punto de vista sobre el *feedback* que les brindó su jefe o jefe directo.

Desde este año la Evaluación del Desempeño se realiza en la plataforma ([falabella.rankmi.com](http://falabella.rankmi.com)).



## Cumplimiento de compromisos 2020

- Realizamos todos los procesos de evaluación del desempeño: ejecutivo y local (oficina y tiendas).
- Desarrollamos videos de capacitación, en donde mostramos los pasos para ingresar a las diferentes etapas dentro de la plataforma.
- Aseguramos un proceso transparente y objetivo.
- Procuramos que los planes de desarrollo del asesor o asesora estén alineados a las áreas de mejora encontradas en cada una de ellas.
- El jefe o jefa es el responsable de la elaboración del *feedback* y el plan de desarrollo y su seguimiento. De la mano del equipo de personas y sostenibilidad de tiendas, realizamos seguimientos diarios para que el 100 % del personal reciba el *feedback*.
- Cada evaluado/a completó una encuesta de cierre del proceso, posterior a la etapa del *feedback*.
- Uniformizamos los procesos de evaluación ejecutiva y evaluación local (masiva).

### En cuanto a la evaluación del desempeño de los diferentes niveles:

- **Ejecutiva:** tuvimos un nivel de cumplimiento del 100 % de evaluaciones finalizadas.
- **Oficina de Apoyo:** tuvimos un nivel de cumplimiento del 100 % de evaluaciones finalizadas.
- **Tiendas:** tuvimos un nivel de cumplimiento del 100 % de evaluaciones finalizadas.

## Compromisos 2021

- Realizar una campaña cultural sobre las competencias que se van a evaluar, alineadas a los comportamientos que se pueden observar con facilidad dentro de las diferentes sedes.
- Certificar a los JDA de tienda como monitores de la Evaluación del Desempeño.
- Desarrollar la información de los resultados finales de la empresa, alineando los diferentes cuadrantes de la matriz, el desempeño y el potencial a diferentes programas de desarrollo y sucesión.

(GRI 403-3) (GRI 404, 103-3)

### Evaluaciones del desempeño 2019 - 2020

Categoría Laboral	Masculino				Femenino			
	2019		2020		2019		2020	
	Asesores	%	Asesores	%	Asesores	%	Asesores	%
Tienda (subgerentes, jefes/as y asesores/as)	(1)	(1)	4,440	59.69	(1)	(1)	2,998	40.31
Oficina	(1)	(1)	186	51.38	(1)	(1)	176	48.62
Gerencias	86	72.3 %	80	67.80	33	27.7 %	38	32.20
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>72.3 %</b>	<b>4,706</b>	<b>59.31</b>	<b>33</b>	<b>27.7 %</b>	<b>3,212</b>	<b>40.69</b>

(1) No se llevó a cabo debido a la migración del proceso a una nueva plataforma.

Nuestro proceso de evaluación del desempeño es auditado anualmente, de acuerdo al programa de auditoría establecido.

## 7.6 Diversidad e igualdad de oportunidades

(GRI 405, 103-I)

Vivir en equidad, respetando y valorando la diversidad dentro y fuera de nuestra empresa es un compromiso para lograr una cultura de paz.

Para nosotros la diversidad implica la aceptación, la inclusión y el respeto a ser "distinto" de otros seres humanos. Ser distinto nos hace únicos y valiosos porque aportamos diversas características que fomentan la excelencia en nuestro trabajo. Brindamos igualdad de oportunidades y espacios para el aprendizaje, el crecimiento y el desarrollo profesional de todas las personas sin distinción de ningún tipo, valorando en ellas sus diferencias. Los ascensos y el crecimiento profesional se evalúan de acuerdo al mérito profesional de cada uno de nuestros asesores y asesoras.

### Plan Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia (EDIPVI)

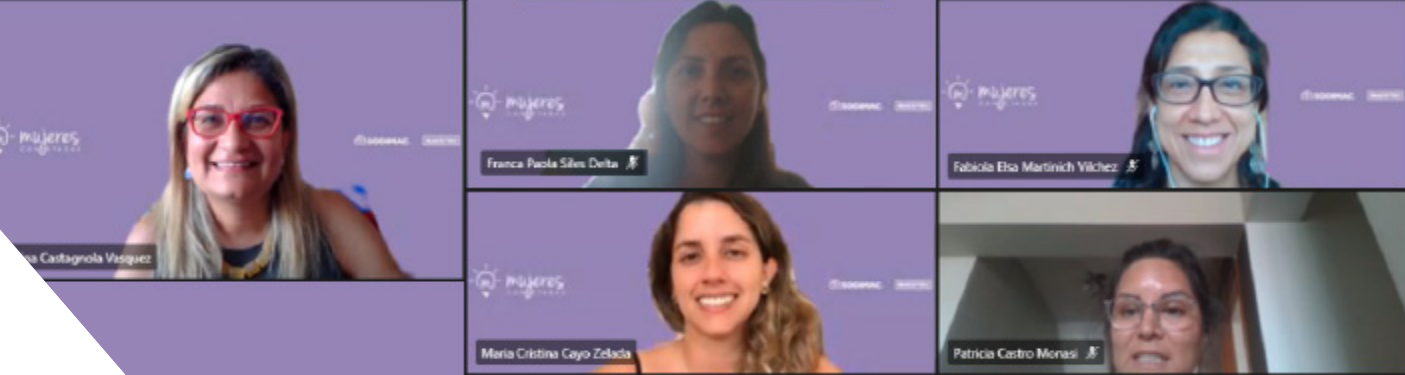
## EDIPVI

*"Promoviendo una cultura de paz"*

Nuestro plan cuenta con los siguientes elementos:

- Política de Diversidad e Inclusión y Política de Equidad de Género.
- Protocolo de Prevención de la Violencia, Protocolo frente al Hostigamiento Sexual, Protocolo de Transición de Género.
- **Pilares de la equidad y diversidad:** respeto, equidad, valoración de la diversidad y nuestro principio cultural corporativo: Actuamos con Sentido.
- Decálogo EDIPVI.
- Comité de Equidad, Diversidad e Inclusión.
- **Comité de Prevención del Hostigamiento Sexual:** se encarga de la investigación y resolución de todos los casos de hostigamiento sexual que se presentan en la empresa.
- Ruta de la Equidad: talleres de sensibilización liderado por los gestores y gestoras EDIPVI y dirigido a los asesores, asesoras, sus familiares y la comunidad.
- **Canal de Integridad:** canal anónimo y confidencial de denuncias y consultas.
- **Plan de beneficios JUNTOS:** con enfoque de equidad e inclusión.
- **Confía:** canal de soporte psicológico y legal las 24 horas del día durante los 365 días del año.
- **Gestor/a EDIPVI:** impulsa el conocimiento de nuestras políticas, implementando la Ruta de la Equidad y reforzando el uso de canales de comunicación y planes de beneficios para prevenir y contener situaciones de violencia que puedan presentarse.

- En el 2020 potenciamos nuestro Manual de Gestión y Comunicación Inclusiva (Capítulo 1- Equidad de Género, Capítulo 2 - Diversidad sexual y Capítulo 3 - Discapacidad).
- Lanzamos nuestras comunidades EDIPVI: son nuestras comunidades en nuestra red social interna Workplace que busca sensibilizar y generar interacción alrededor de la diversidad e inclusión (Mujeres Conectadas, Nuevas Masculinidades, Comunidad Libertad, Talento Z, Junto a Ti y Espíritu Joven).







## Programa Confía

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

- **Consultas psicológicas:** psicología infantil, del adolescente, del adulto, familiar, psicooncología, psicología en pacientes crónicos y psicología de urgencias: accidentes, enfermedades y duelos.
- **Consultas de derecho de familia:** divorcio, separaciones, patria potestad, régimen de visitas, filiación extramatrimonial y alimentos.

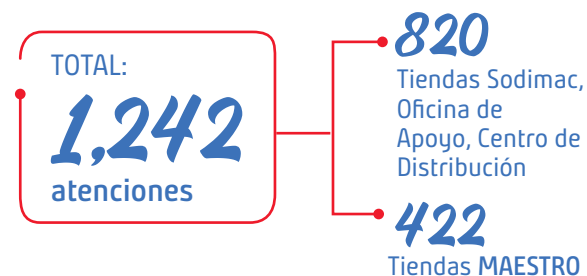
### Motivos de consulta

Categoría	Total	Porcentaje
Familia	154	12.40 %
Personal	729	58.70 %
Pareja	126	10.14 %
Derecho de familia	165	13.29 %
Laboral	66	5.31 %
Información	2	0.16%
<b>Total</b>	<b>1,242</b>	<b>100 %</b>

### Tipo de usuario

Titular	91.22 % - 1133	Padres y madres	2.42 % - 30
Cónyuge	2.81 % - 35	Otros familiares autorizados	1.13 % - 14
Hijos/as	2.42 % - 30		
<b>Mujeres</b>	<b>66 %</b>	<b>Hombres</b>	<b>34 %</b>

### Atenciones del programa Confía en el 2020



## Programa Mujeres Conectadas

Equidad de Género. Tiene como objetivo promover el empoderamiento, el liderazgo femenino y la prevención de la violencia contra las mujeres. Se creó en el 2017 con el propósito de construir igualdad de oportunidades y reducir brechas y enmarcarse en nuestra Política de Equidad de Género, Política de Diversidad e Inclusión y Protocolo de Prevención de la Violencia. Cuenta con una estructura integral que va desde el proceso de selección (semiciego y con cuota mínima de mujeres en las ternas), el bienestar y la seguridad (con beneficios que promuevan la corresponsabilidad, así como la seguridad física y emocional; y con acciones para prevenir el hostigamiento sexual), la capacitación, las acciones de comunicación y la sensibilización en nuestra comunidad Mujeres Conectadas del Workplace.

Todas nuestras acciones están desarrolladas con el objetivo de cumplir nuestra meta de género al **2025: 40%** de asesoras en cargos de liderazgo en primera y segunda línea.



## Programa Nuevas Masculinidades

Equidad de Género. Se creó en el año 2020 y tiene como objetivo promover la equidad de género y la prevención de la violencia contra las mujeres desde una nueva visión de la masculinidad; para lograrlo, desarrollamos la comunidad Nuevas Masculinidades en Workplace, donde sensibilizamos a nuestros asesores y asesoras con la finalidad de promover la corresponsabilidad y el rompimiento de estereotipos en sus relaciones interpersonales.

- En los últimos cuatro años crecimos en un **11 %** respecto a nuestra meta de género; actualmente contamos con un 34 % de mujeres en cargos de liderazgo en camino a lograr el **40 %** establecido para el **2025**.
- Asimismo, incrementamos en un **10 %** la representatividad de mujeres en nuestro Comité Ejecutivo (Alta Dirección) en los últimos cuatro años.



## Programa Espíritu Joven

(GRI 405-1)

Diversidad generacional. Tiene como objetivo brindar oportunidades de trabajo e impulsar la inserción laboral de personas de la tercera edad con el fin de contribuir a una sociedad más inclusiva. Buscamos resaltar sus experiencias en el rubro.



**Junto a ti**  
Programa de Inclusión Laboral  
desde 2014

## Programa Junto a Ti

(GRI 405-1)

Dirigido a personas con discapacidad (PCD) para que accedan a un puesto de trabajo digno y que se alinee a sus necesidades.

Hemos realizado un ajuste en la selección del programa; actualmente el proceso de selección es virtual y las convocatorias son mensuales con vacantes a nivel nacional. Asimismo, hemos incrementado el número de instituciones aliadas, con las cuales compartimos buenas prácticas y trabajamos con la relación de personas inscritas y referidas que buscan trabajo y que se encuentran listas para postular al programa Junto a Ti.

Para hacer sostenibles nuestras alianzas, hicimos el primer encuentro y formamos una comunidad en *LinkedIn*, denominada Comunidad de aliados para la inclusión laboral de personas con discapacidad.

En el 2020 contamos con

**129** PCD

en nuestra familia **Sodimac** y **MAESTRO**.

El 40 % son mujeres y el 60 % son hombres.

Dentro de este segmento el 12 % tiene discapacidad visual, el 46 % discapacidad motora, el 17 % discapacidad auditiva, el 14 % discapacidad neurológica y el 11 % otras discapacidades.



## Comunidad Libertad



Diversidad sexual. Se creó en el 2020 y tiene como objetivo visibilizar y promover la inclusión de la comunidad LGBTQ+ en el ambiente de trabajo, sensibilizando a nuestros asesores y asesoras para fomentar espacios seguros y libres de discriminación.

En el **2020** comunicamos nuestro protocolo de transición de género; de esta manera, tres de nuestros asesores y asesoras transgéneros pudieron recibir soporte durante su proceso de transición.

## Talento Z



Diversidad generacional. Se creó en el 2020 y tiene como objetivo fomentar la empleabilidad a través de capacitaciones a los/las jóvenes de la Fundación Forge, con quienes tenemos una alianza para generar empleo a poblaciones en condición de vulnerabilidad.

## Construyendo Juntos Empleabilidad (en formato virtual)



Enfocado en brindar las mejores herramientas de empleabilidad e inserción al mercado laboral para promover el desarrollo laboral e impactar en las familias y la comunidad. Está dirigido a la comunidad en general.

Hemos adecuado nuestros talleres para transmitir nuestro mensaje digitalmente, manteniendo el mismo impacto en la población.



## Programa Reinéntate



En el **2020** llegamos a **5,535** personas.

Además, el contenido del taller fue alineado a lo que la comunidad requiere actualmente: CV de impacto, *networking*, procesos de selección virtuales, nuevas herramientas digitales para entrevistas, entrevista laboral para personas con problemas en la comunicación no verbal, diversidad e inclusión en la empleabilidad y *marketing* personal en procesos de selección.

Empleamos 16 horas efectivas de voluntariado.

Surgió durante la pandemia del COVID-19 y está dirigido a toda nuestra población vulnerable o de riesgo (mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas de la tercera edad y personas con comorbilidad); de esta manera, los invitamos a reinventarse desde la seguridad de su hogar y postular a diferentes áreas de *Call Center*, Centro de Distribución y Oficina de Apoyo para realizar trabajo remoto o home office. Hoy tenemos más de 600 asesores/as reinventados/as.

## Compromisos 2021 – Diversidad e Inclusión

(GRI 405, 103-2) (GRI 405, 103-3)

- Desarrollar el Programa de Mentoring del programa Mujeres Conectadas para promover el empoderamiento y el liderazgo de lideresas, en primera instancia, en nuestras tiendas.
- Continuar con estrategias para mantener la equidad de género en los procesos de selección de ejecutivos de la empresa y seguir trabajando para alcanzar nuestra meta de género de 40 % de mujeres en cargos de liderazgo en primera y segunda línea en el 2025.
- Continuar promoviendo el programa Junto a Ti para la inserción de personas con discapacidad a un trabajo digno y justo, buscar incorporarlos/as a nuestra familia Sodimac y MAESTRO y seguir trabajando para lograr alcanzar el 3 % de personas con discapacidad en la empresa.
- Expandir nuestra Comunidad Libertad a nivel corporativo para visibilizar y mantener ambientes seguros para la comunidad LGBTIQ+ en el grupo Falabella.
- Lanzar a nuestros embajadores y embajadoras de Diversidad e Inclusión: líderes/as del Comité Ejecutivo, quienes representarán a cada una de nuestras comunidades internas relacionadas a la diversidad.
- Desplegar el programa de Capacitación Virtual del programa Talento Z.
- Continuar capacitando a la comunidad para que sigan siendo empleables en esta era digital con nuestro programa Construyendo Juntos Empleabilidad.

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

## 7.7 Libertad de asociación y negociación colectiva

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

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

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

**Hemos consolidado dos comités enfocados en el aseguramiento del Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo:**

- **El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (Cопасst):** conformado por diez representantes de la empresa y ocho representantes de los asesores y asesoras. Su principal objetivo es la prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales.



- **El Comité Paritario de Prevención del Hostigamiento Sexual:** conformado por cuatro miembros titulares y cuatro miembros suplentes, de los cuales, la mitad han sido elegidos/as en representación de los/las asesores/as por votación, y la otra mitad elegidos/as por la organización, garantizando la paridad de género. El Comité está encargado de la investigación y resolución de todos los casos de hostigamiento sexual que se presenten en la compañía.
- **La Brigada de Seguridad y Salud en el Trabajo:** opera a nivel local en cada una de nuestras tiendas, velando por la prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales.



### Además, contamos con los siguientes espacios de diálogo:

- Sistema de Integridad (véase sección 3).
- **Conversando Juntos:** este es un espacio de diálogo que funciona como canal de comunicación interpersonal para generar cercanía y confianza con los líderes más alto de la empresa, quienes cumplen el rol de transmisores de nuestra cultura enfocada en la experiencia del cliente.
- **Comité de Asesores y Asesoras de Clima y Sostenibilidad:** se encarga de promover un ambiente laboral positivo en nuestras tiendas, Centro de Distribución y oficinas. Mantiene y promueve las acciones de camaradería, las campañas, las celebraciones y el cuidado ambiental.
- **Club de voluntarios:** genera espacios de relación entre nuestros voluntarios y voluntarias y los miembros de la comunidad.
- **Reuniones de Confianza:** espacio de diálogo que genera cercanía y confianza entre nuestros/as líderes/as y asesores/as en tienda con el objetivo de conversar sobre nuestra cultura y reforzar el enfoque en la experiencia del cliente.

La evaluación de este aspecto es auditada anualmente.

## 7.8 Seguridad y salud en el trabajo (STT)

(GRI 403, 103-1)

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

Nuestro programa anual de seguridad y salud en el trabajo 2020 consideró las actividades comprometidas en nuestro reporte del año anterior:

- **Implementamos campañas de SST conjuntamente con el área de Medicina Ocupacional:** *tips* de 30 segundos, mensajes cortos de alto impacto para los asesores y asesoras en las reuniones matinales y vespertinas, charlas de cinco minutos a los asesores y asesoras en temas de seguridad antes del inicio de sus labores y campañas de prevención para el cuidado de manos y prevención de lesiones osteomusculares.
- Cumplimos con el 92 % de capacitaciones de SST. Las actividades por el Día Mundial de la SST no se realizaron en tiendas debido al confinamiento obligatorio (cuarentena). Sin embargo, utilizamos las plataformas digitales para informar a nuestros asesores y asesoras sobre la importancia de la SST.
- Programamos doce caminatas a tiendas con la gerencia de Finanzas y el equipo de Riesgo y Cumplimiento de la Oficina de Apoyo, cumpliendo el 100 % de las mismas.

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

Redujimos los  
accidentes en un **40%**  
y los días perdidos por  
accidentes de trabajo en un  
**51%**

Para la identificación de peligros y riesgos contamos con los procedimientos de elaboración y revisión del IPER<sup>11</sup>. El proceso IPER se realiza al menos una vez al año o cuando las condiciones de trabajo varían (cambio de maquinarias/equipos o algún fallo en los controles). El comité de Seguridad y Salud en el Trabajo analiza los nuevos peligros y lo registra en la matriz IPER como nuevo riesgo, estableciendo las medidas de control. Los controles se establecen considerando la jerarquía de control del riesgo: eliminación, sustitución, control de ingeniería, control administrativo y equipos de protección personal. La actividad se realiza con participación de los asesores y asesoras.

<sup>11</sup> IPER: Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos.

<sup>12</sup> Tabla de Análisis Sistemático de Causas.



(GRI 403-2) (GRI 403-3)

### Nuestro Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo establece que los asesores y asesoras deben:

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

El comité o subcomité de Seguridad y Salud en el Trabajo está encargado de la investigación de los accidentes de trabajo. En cada tienda contamos con un subcomité de Seguridad y Salud en el Trabajo, el cual se encarga de realizar las investigaciones que correspondan. Sus miembros están capacitados sobre investigación de accidentes e incidentes y hacen uso del procedimiento de Gestión de Accidentes e Incidentes, en el que se orienta sobre la revisión de evidencias, utilizando

la metodología SCAT y la tabla TASC<sup>12</sup>, siguiendo los siguientes pasos: identificación de causas inmediatas, causas básicas, acciones correctivas con plazo y responsable.

En el caso de investigación de accidentes de terceros, solicitamos a la empresa de servicios que realice su propia investigación y medidas correctivas como elemento de partida de nuestra investigación. En el caso de incidentes peligrosos y accidentes mortales, el subcomité de SST de tienda informa al comité central de SST y convoca a reunión



(GRI 403-2) (GRI 403-3)

extraordinaria para realizar la investigación de manera conjunta. Las medidas correctivas son implementadas y replicadas en todas las tiendas de la empresa para prevenir la ocurrencia de un accidente similar.

- Reportar mensualmente las estadísticas de evaluaciones médicas ocupacionales, los accidentes de trabajo, las enfermedades ocupacionales, el seguimiento de salud de las gestantes y discapacitados al área de Recursos Humanos.

**Contamos con servicios de salud ocupacional, cuyas funciones son:**

- Gestionar y liderar el servicio de salud ocupacional, en coordinación con el área de Seguridad.
- Elaborar el plan anual de salud ocupacional y el cronograma de seguimiento.
- Brindar el perfil epidemiológico y demográfico de la población a cargo, así como analizar las cifras estadísticas halladas y elaborar las estrategias que se van a desarrollar dentro del programa de vigilancia médica de la población trabajadora.
- Elaborar y realizar el seguimiento a los programas preventivos promocionales definidos.

Garantizamos la calidad de estos servicios realizando auditorías a los servicios y evaluación de proveedores.

**Contamos con el procedimiento estándar de Participación y Consulta en SST en el que se establece que los asesores y asesoras participan:**

- En la elección de los miembros representantes de los trabajadores del comité y los subcomités de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- En la elaboración y actualización de la matriz IPER.
- En la consulta acerca de la elección de los equipos de protección personal para que se ajuste no solo a los requerimientos de seguridad, sino a la comodidad.

Contamos con diversos canales de comunicación tales como periódico mural, televisores en tiendas, carpetas compartidas, módulo de prevención en la plataforma en línea SharePoint, web de prevención, portal intranet y Workplace (red social corporativa).

**El comité y los subcomités de Seguridad y Salud en el Trabajo tienen como funciones y responsabilidades la aprobación de los siguientes documentos:**

- Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Plan anual de actividades de SST.
- Programa anual de SST.
- Plan anual de capacitaciones.
- Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del COVID-19 de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

(GRI 403-4) (GRI 403-5) (GRI 403-6)

Asimismo, vigilan el cumplimiento de procedimientos, reglamentos e instructivos de seguridad y realizan las investigaciones de todos los accidentes e incidentes de trabajo, entre otras actividades.

El comité y subcomités de SST se reúnen de manera ordinaria una vez al mes y de manera extraordinaria cada vez que lo solicita al menos dos de sus miembros o a solicitud del presidente del comité o subcomité. La toma de decisiones del comité y los subcomités se basa en lo estipulado en el Reglamento de la Ley; estas decisiones pueden ser por consenso, mayoría simple o por voto dirimente del presidente cuando existe un empate en las votaciones de los miembros.

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

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

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

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

#### Facilitamos el acceso a servicios médicos y de cuidado de la salud no relacionada con el trabajo al total de asesores y asesoras:

- Otorgando los permisos necesarios para que los colaboradores puedan atenderse en el seguro en caso lo requieran.
- Asumiendo el gasto de vigilancia médica en su totalidad.
- Realizando programas preventivos de salud, campañas y capacitaciones.
- Pagando mensualmente el seguro EsSalud (público) y el pago del seguro EPS (privado).

#### Cada año organizamos las siguientes actividades:

- Charlas: estilos de vida saludable (nutrición) y planificación familiar.
- Campañas de salud: medición de la presión arterial, controles de grasa en la sangre, prevención de enfermedades (VIH, zika, dengue, otros) e inmunizaciones (vacunas).

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





## Cumplimiento de retos 2020

- Se redujo los accidentes en un 40 %.
- Revisión y actualización de procedimientos una vez al año y cuando la situación lo amerite (nuevos riesgos, maquinarias, entre otras).

## Acciones importantes en el 2020

Las acciones implementadas en el 2020 están enmarcadas en el cumplimiento del Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del COVID-19 en el trabajo.

## Compromisos 2021

(GRI 403, 103-2)

- Reducción de accidentes en un 15 %.
- Cumplimiento de las capacitaciones auditadas en un 85 %.
- Cumplimientos de los programas de vigilancia médica al 100 %.

### Indicadores de seguridad y salud 2020 y 2019

Indicadores	2020	2019
Total, accidentes	209	350
Horas trabajadas	16,457,075	18,255,629
Tasa de accidentabilidad	12.70	19.17
Días perdidos	2,484	5,242
Horas No trabajadas	19,872	41,936
Tasa de días perdidos (*)	150.94	287.14

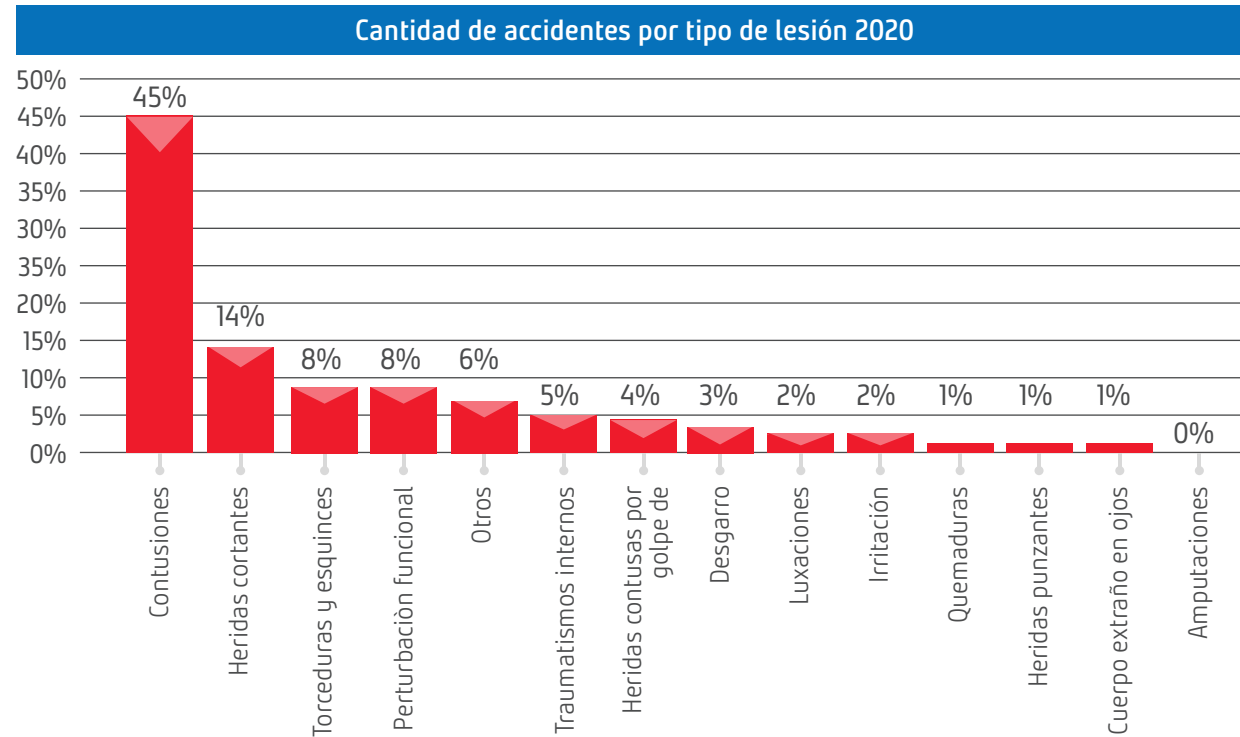
\* Las tasas se han calculado por cada 1,000,000 de horas hombres trabajadas.

(\*) Se consideran días perdidos a los días naturales a partir del día siguiente del accidente, de acuerdo al DS 005-2012 Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo.



Los peligros laborales que representan mayor riesgo de lesión son:

(GRI 403-9) (GRI 403, 103-3)



- Manipulación de carga y falsos movimientos.
- Caída de objetos durante la manipulación.
- Contacto con bordes filosos.
- Operación de las máquinas de corte.

Estos se determinan por la gravedad de los riesgos que dichas actividades implican.

La manipulación de carga y falsos movimientos es el peligro que generó lesiones con mayor gravedad, provocando lesiones disergonómicas que implicaron días perdidos prolongados.

- El personal recibe capacitaciones específicas y especializadas de ergonomía y carga manual, manuales e instructivos de seguridad.
- Todos los asesores reciben los equipos de protección

personal (EPP) necesarios para protegerlos durante la actividad (guantes anticorte, lentes de seguridad, protectores auditivos, respiradores y calzado de seguridad).

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

8.



# Nuestros proveedores

(GRI 204, 103-1)

Consideramos que nuestros proveedores son los aliados comerciales esenciales para llevar a cabo nuestra actividad. Trabajamos día a día para mantener una comunicación directa basada en el respeto, la integridad, la ética y la transparencia.

Procuramos tener una base amplia y estable de proveedores para articular con ellos relaciones que favorezcan una coordinación eficiente, complementada con capacidades, innovación, producción asegurada y una sensibilidad especial para atender las necesidades de la clientela. En el marco de la política de abastecimiento responsable, cada año Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. selecciona en el país y en muchos otros mercados los mejores productos, al mejor precio y con el respaldo de fabricantes de confianza, los que son sometidos a estrictos controles de calidad.

## 8.1 Nuestra cadena de suministro

Se divide en:

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

Tipo de proveedor	2019		2020	
	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)
Mercadería nacional	580	1,878,650,672	708	1,435,529,626
Mercadería importada	630	459,539,661	469	388,535,690
<b>Total mercadería</b>	<b>1,210</b>	<b>2,338,190,333</b>	<b>1,177</b>	<b>1,824,065,316</b>

- Los proveedores de mercadería están clasificados de acuerdo a la mercadería que proporcionan, agrupándolos por "Familias":

**"Familias" a las que pertenecen los proveedores de mercadería**

Madera y tableros
Fierro
Tabiquería, techumbre y aislación
Aglomerados, áridos, aditivos, impermeabilizante de ladrillos
Ferretería
Gasfitería
Electricidad
Puertas y ventanas



Pintura	Aseo	Línea blanca y electrodomésticos
Adhesivos y sellantes	Textil y papel mural	Mascotas
Revestimientos	Cortinaje	Contratos de telefonía
Seguridad	Muebles	Herrajería y cerrajería
Baño	Accesorios de automóviles	Aire libre
Iluminación	Fijaciones	Organización
Jardín y terrazas	Cerámica	Instalaciones
Menaje	Cocina	

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

Tipo de proveedor	2019		2020	
	Cantidad de proveedores	Valor monetario pagado en el 2019 (S/)	Cantidad de proveedores	Valor monetario pagado en el 2020(S/)
Economato	1 (*)	7,246,944	1	5,681,002
Servicio	247	65,537,140	183	59,900,876
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>72,784,084</b>	<b>184</b>	<b>65,581,878</b>

## 8.2 Compromisos de sostenibilidad

(GRI 204, 103-2)

Todos los acuerdos que mantenemos con nuestros proveedores contienen cláusulas referidas a la sostenibilidad:

- Contamos con 707 (de los cuales 50 son nuevos) proveedores con contrato, en donde las cláusulas de sostenibilidad son las siguientes:
  - Obligaciones relacionadas a seguridad y salud en el trabajo y temas ambientales.
  - Cumplimiento de normas anticorrupción.
  - Conflicto de interés.
  - Código de Ética y desarrollo sostenible.
- Contamos con proveedores bajo la modalidad de orden de compra o de servicio, en donde, de acuerdo a la compra realizada, también se establecen cláusulas de sostenibilidad:
  - Cumplimiento de normas anticorrupción.
  - Conflicto de interés.
  - Código de Ética y desarrollo sostenible.

## 8.3 Evaluamos a nuestros proveedores

(GRI 204, 103-2)

Sodimac a nivel corporativo es miembro de Sedex, una plataforma internacional que permite a los miembros almacenar, compartir y generar informes sobre cuatro áreas claves: **normativas laborales, prevención de riesgos laborales, medioambiente y ética comercial**, a través de la evaluación a los proveedores que se inscriben en la plataforma.

Esta plataforma emplea la metodología SMETA (siglas en inglés de Auditoría de Comercio Ético para los Miembros de Sedex), procedimiento de auditoría que recopila buenas prácticas en la técnica de auditoría ética. La metodología SMETA utiliza el código de la Iniciativa de Comercio Ético (ETI, por sus siglas en inglés) y la legislación local como herramienta de medición. Incluye cuatro módulos:

- Estándares de trabajo.
- Salud y seguridad.
- Medioambiente.
- Ética empresarial.

Cada año incorporamos un número de proveedores para ser auditados. Nuestro proceso de auditoría se apoya en el uso de la plataforma Sedex (autoevaluación) y la auditoría in situ SMETA (realizada por SGS e Intertek).

1. Los proveedores, que resulten aceptables de una autoevaluación, deben ser revisados nuevamente dentro de dos años.
2. Los proveedores, que resulten aceptables de una auditoría, deben ser revisados nuevamente dentro de tres años.

En el **2020** se evaluó a ocho proveedores bajo este formato, de los cuales:

- Ninguno tuvo seguimiento de auditorías pasadas.
- Todos estuvieron bajo autoevaluación.
- Todos estuvieron bajo la auditoría inicial a través de la auditoría SMETA.



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

	Evaluado 2020	Con impactos negativos ambientales en 2020	Con impactos negativos sociales en 2020
Perú	8	0	0

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

Evaluamos a ocho proveedores, quienes fueron clasificados de acuerdo a su nivel de riesgo, desde riesgo aceptable hasta riesgo alto.

9.



# Nuestra comunidad

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

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

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

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

- Identificar y entender las necesidades, los recursos y compromisos del negocio con la comunidad.

- Analizar y planear los riesgos y oportunidades para el diseño de estrategias, programas y acciones de relación comunitaria.
- Actuar, escuchar y construir junto con la comunidad para establecer compromisos y ejecutar programas y acciones de interés común.
- Evaluar y medir los niveles de impacto y progreso de las iniciativas y acciones de la gestión comunitaria.
- Identificar áreas de oportunidad, mejorar prácticas e intercambiar aprendizajes.



# CAPACITACIONES DIGITALES

**SODIMAC CONSTRUCTOR**

**MAESTRO**

**¡CAPACÍTESE CON LAS MEJORES MARCAS DEL RUBRO!**

## 9.1. Capacitaciones Digitales

Frente al aislamiento social para evitar la propagación del COVID-19 y la cancelación de diversos eventos públicos (ferias), los maestros, maestras y especialistas buscaron nuevas formas de capacitarse. Bajo esta coyuntura la problemática social se acentuó; según la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco), 256,000 trabajadores/as del sector construcción se quedaron sin empleo en Lima en los primeros meses de la cuarentena; esto representó una caída del 72.3 % de la población empleada en comparación al primer trimestre del mismo año. Por ello, decidimos fusionar el contenido digital de SODIMAC CONSTRUCTOR y MAESTRO para que nuestros especialistas y maestros/as de la construcción puedan capacitarse de manera remota con el apoyo de nuestros principales proveedores.



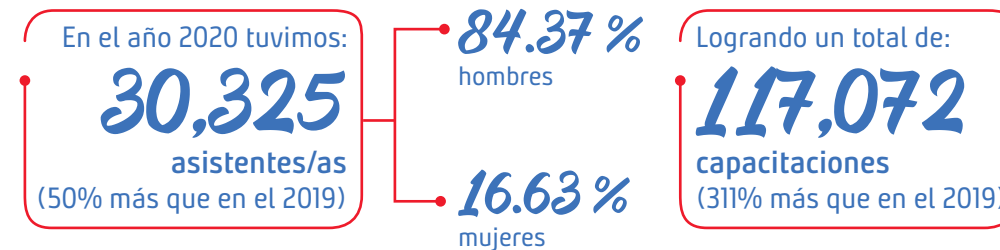
Las Capacitaciones Digitales es un programa mediante el cual se puede adquirir, desarrollar y potenciar conocimientos y habilidades específicas relacionadas al trabajo de la construcción, obteniendo una constancia de ello.



**Resultados obtenidos:**  
**13,800** capacitaciones realizadas.  
**178,000** visitas al *landing page*.

## 9.2. La Gran Feria de Capacitación

Es el espacio de capacitación gratuita más grande de Latinoamérica donde se brindan capacitaciones prácticas, teóricas y de emprendimiento. Se lleva a cabo desde el 2016 de manera presencial, pero a partir del 2019 incursionó en la era digital. Tiene como objetivo principal la educación para el progreso de los/as especialistas de la construcción con una plataforma gratuita de capacitaciones prácticas y teóricas en construcción, internacionales, de emprendimiento y sostenibilidad.



## 9.3. Construyendo Seguridad

Teniendo en cuenta la situación actual, asumimos un rol de socios de los negocios y las marcas para que sigan construyendo sus sueños y los sueños de todos los peruanos y peruanas. Construyendo Seguridad es el curso online que preparará a los/as especialistas de la construcción con los protocolos de seguridad y empleabilidad necesarios para realizar proyectos seguros. Este proyecto se realiza en conjunto con aliados como el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y SENCICO. Se puede acceder al curso entrando al *playlist* Construyendo Seguridad en nuestros canales de YouTube (SODIMAC CONSTRUCTOR - MAESTRO).

## 9.4. Playas para todas y todos

Aprovechamos la época más esperada del año para mostrar una realidad que para muchos pasa desapercibida; en verano, la playa se vuelve nuestro segundo hogar, pero hay quienes tienen dificultades de acceso. Por eso, nos trazamos el objetivo de hacer sentir a todas y todos como en casa.

Foto tomada previo a la pandemia COVID-19



Elegimos una de las playas más concurridas del Perú, Agua Dulce, y la acondicionamos con nuestros productos para habilitar un espacio destinado a estas personas: mujeres embarazadas y adultos/as mayores.

Para la implementación de infraestructura y acondicionamiento de espacios contamos con el apoyo de instituciones aliadas como el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, la Municipalidad de Chorrillos, el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y el equipo de Espacio Accesible.

### Beneficios obtenidos:

- Obtuvimos casi el 70 % de aprobación en Facebook y el agradecimiento de consumidores/as de nuestra marca que tienen alguna dificultad, así como mensajes de incentivo a otros distritos y provincias para continuar con nuestro ejemplo.



Foto tomada previo a la pandemia COVID-19

## 9.5. Día de la Mujer

En el marco del Día de la Mujer, quisimos exponer una situación que nos demuestra que aún existen barreras laborales que impiden la equidad de género. Según el estudio *Las mujeres en el mercado laboral peruano* del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, en el Perú la participación femenina en el mercado laboral es del 15 %. Esto es incluso más notorio en el rubro de la construcción donde el pensamiento de que las mujeres no pueden desempeñar este tipo de trabajos aún está vigente; lo que se ve reflejado en las ofertas de empleo que son redactadas en lenguaje masculino, excluyendo y desalentando a las mujeres a postular.

Ante esta situación, Sodimac y MAESTRO decidieron evidenciar esta realidad, uniéndose a uno de los diarios más importantes del país, El Comercio para intervenir en su sección Clasificados y demostrar que los avisos relacionados a la construcción no incluyen a mujeres en sus convocatorias. Con esta acción no solo dimos exposición a la existencia de carpinteras, gasfiteras, soldadoras o ingenieras, sino que, además, logramos un compromiso con este diario para continuar fomentando un lenguaje inclusivo en todos sus anuncios, agregando la letra "A" sin costo alguno hasta el día de hoy.



## 9.6. Club de Voluntarios y Voluntarias

Tenemos un compromiso con la comunidad, incentivamos la participación de todos nuestros asesores y asesoras en nuestros programas de voluntariado, en alianza con nuestros socios estratégicos: TECHO y Fe y Alegría. Construimos lazos de cercanía y esperanza con nuestra comunidad, compartiendo nuestra experiencia y conocimiento y capacitando en diversos temas, que responden a las necesidades que se presentan en la comunidad.

Tenemos como fin no solo ayudar a la comunidad, sino aportar a su desarrollo sostenible e integral, así como potenciar las habilidades de nuestros voluntarios y voluntarias. Pertenecer al Club de Voluntarios y Voluntarias les permite recibir talleres de liderazgo, comunicación, habilidades sociales, etc.; tenemos casi 2,000 voluntarios/

as activos/as y preparados/as para seguir generando sinergia y ayuda a nuestras comunidades. Es importante resaltar que en el año 2020 no realizamos actividades de voluntariado presenciales debido a la crisis sanitaria. En el 2021 estamos reformulando nuestra estrategia para darle una connotación virtual.

## 9.7. Fe y Alegría

Parte de nuestros compromisos desde los inicios de Sodimac es nuestra alianza con la Asociación Fe y Alegría del Perú, con la cual buscamos aportar al desarrollo sostenible de la comunidad y su infraestructura mediante las donaciones de materiales de construcción y el trabajo sostenido de nuestros asesores y asesoras voluntarios/as en los colegios Fe y Alegría, teniendo como eje principal el construir bien y empleando nuestra herramienta más poderosa: la capacitación.

En el 2020 nos enfocamos en cumplir nuestro plan de donaciones con el mejoramiento de la infraestructura de los colegios más necesitados y con la educación, aportamos con Scooters y Gift cards que servirían como premios para sus rifas; esto significó un monto de S/ 31,737. Además, donamos S/ 103,637.00 que serán destinados a los proyectos que establezcan Fe y Alegría en el 2021.

### Rifas Fe y Alegría

En cada una de nuestras tiendas se desarrolló la venta de las rifas Fe y Alegría con el objetivo de promover la educación de calidad, donde invitamos a nuestra clientela a sumarse a esta buena causa. En la campaña de rifas se logró vender **13,390** boletos entre los meses de octubre y diciembre, logrando recaudar un total de **S/ 66,950**.

Empleamos **2,299** horas efectivas de voluntariado.

## 9.8. Cuidémonos como en casa - Donaciones por COVID -19

- **Mercado Central:** conjuntamente con la Municipalidad de Lima realizamos mejoras en la implementación de protocolos de seguridad en el Mercado Municipal Gran Mariscal Ramón Castilla, mejor conocido como Mercado Central. Señaléticas, círculos de distanciamiento, estaciones de desinfección de manos con alcohol en gel, pediluvios industriales, tachos y bolsas para material biocontaminado, un millar de lejías y alcohol en gel para la totalidad de puestos fueron parte de nuestro aporte.
- **Mascarillas MIMP:** en alianza con Estrafalarío (emprendimiento local que apoya a mujeres maltratadas y privadas de su libertad) y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables confeccionamos un millar de mascarillas reutilizables que se entregaron a un albergue de personas vulnerables.
- **Mascarillas inclusivas:** en acción conjunta con Conadis todas las tiendas de Sodimac y MAESTRO contarán con una cantidad de mascarillas inclusivas para que sean utilizadas por nuestros asesores y asesoras cuando algún cliente con discapacidad auditiva visite nuestras tiendas; esta mascarilla facilita la lectura de labios (principal fuente de comunicación para este segmento).
- **Donación Indeci:** se donaron más de 2,600 kits de bioseguridad y materiales de desinfección al grupo Te Cuido Perú.



Realizamos *830 horas* de capacitación en atención inclusiva para nuestros/as asesores/as. Somos el primer retailer en implementarlo en el país.

10.



EN NUESTRA CASA  
lo primero es tu bienestar



#JuntosNosCuidamos

# Nuestro ambiente



## 10.1 Club de Voluntarios Verde

(GRI 102-11)

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

**Nuestra Política de Sostenibilidad incluye nuestro compromiso con el medioambiente:**

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

Por otro lado, en el 2020 se aprobó la Política Ambiental y de Cambio Climático, la cual fue comunicada a partir de noviembre del 2020.

Junto a la Sociedad Peruana Derecho Ambiental (SPDA) y como parte de su iniciativa HAZla por tu playa, actuamos en favor de nuestros ambientes naturales, realizando una limpieza de playas y acuíferos a nivel nacional y promoviendo, además, la campaña en nuestras redes sociales.

En marzo del 2020 más de 60 voluntarios/as de Lima y provincias, incluyendo asesores/as y sus familiares, limpiaron la playa Waikiki y otras playas del norte, realizando en conjunto más de 360 horas de voluntariado.

Con esta iniciativa se buscó motivar a la ciudadanía a tomar acción en el cuidado del océano y demás masas acuíferas del país. El objetivo de esta acción simbólica es crear conciencia de nuestros hábitos de consumo y cómo estos perjudican al planeta.

Asimismo, Sodimac se hizo presente donando 1,500 pares de guantes para todos los voluntarios y voluntarias que participaron en la campaña a nivel nacional. Ellos y ellas son agentes que generan cambios y compromiso con nuestro planeta y son fuente de inspiración.

## 10.2 Consumo de energía eléctrica

(GRI 302-1)

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

- **Primaria:** combustible utilizado para el funcionamiento de vehículos, montacargas y grupos electrógenos de emergencia.
- **Indirecta:** energía eléctrica, cuyo origen proviene en su totalidad de la Red del Sistema de Energía Interconectado Nacional (SEIN). Para el año 2020 la energía eléctrica producida por el SEIN fue 59.53 % de producción hidráulica, 35.07 % térmica (considera gas natural, carbón, residual y diésel), 0.03 % eólica, 3.66 % solar, 1.58 % bagazo y 0.13 % biogás<sup>14</sup>.

### Consumo de combustibles

(GRI 302-1)

Tipo de combustible	2019		2020	
	Consumo en galones	Consumo en Megajoules	Consumo en galones	Consumo en Megajoules
Gas licuado de petróleo (GLP)	497,275.66	49,727,566	533,488.75	53,348,874.58
Petróleo diésel	15,119.14	2,033,524	139,049.52	19,745,031.84
<b>Total</b>	---	<b>51,761,090</b>	---	73,093,906.42



<sup>14</sup> Fuente: [www.coes.org.pe](http://www.coes.org.pe), Informe de la operación anual del SEIN 2020 (<http://www.coes.org.pe/Portal/PostOperacion/Informes/EvaluacionAnual>).

## Consumo de energía eléctrica

(GRI 302-1)

Tipo de combustible	2019		2020	
	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules
Oficina de Apoyo	317,101	1,141,563	877,328	3,158,381
Almacén central	3,784,997	13,625,989	3,524,362	12,687,703
Tiendas Sodimac	57,711,063	207,759,826	35,991,534	129,569,521
Tiendas MAESTRO	---	---	15,478,541	55,722,748
<b>TOTAL</b>	<b>61,813,161</b>	<b>222,527,378</b>	<b>55,871,765</b>	<b>201,138,353</b>

## Intensidad de consumo de energía eléctrica

(GRI 302-2)

	2019	2020
kWh/m <sup>2</sup> - año	96	87
MegaJoule/m <sup>2</sup> - año	346.82	313.48
m <sup>2</sup>	641,624	641,624
<b>kWh</b>	<b>61,813,160</b>	<b>55,871,765</b>

- Este año, inauguramos Sodimac Homecenter Comas, construido para obtener la certificación LEED.
- Implementamos iluminación LED en tiendas y así como el proyecto de luminaria inteligente a una zona ampliada de nuestro Centro de distribución.



## La Hora del Planeta

Sodimac y MAESTRO se unieron al evento mundial impulsado por el World Wide Fund for Nature (WWF): la Hora del Planeta, que consiste en incentivar al público en general y a las empresas socialmente responsables, al apagado voluntario de las luminarias y aparatos electrónicos

Sodimac y MAESTRO participan anualmente en esta iniciativa, reduciendo en un 60 % la intensidad de sus luces interiores y apagando completamente la iluminación frontal de sus 57 tiendas a nivel nacional durante una hora. Con ello, se ahorra un aproximado de más de 6,800 kW; lo que equivale a la energía necesaria para iluminar más de 2,100 hogares con diez focos ahorradores en cada uno de ellos.

Es la sexta vez que Sodimac coopera con esta iniciativa, que busca concientizar a nuestra clientela, asesores/as y otras empresas sobre la importancia de reducir el consumo de energía no solo durante una hora al año, sino constantemente como un hábito en nuestro estilo de vida. Por su parte, MAESTRO se ha unido a esta campaña hace cuatro años.

## Plan +BICI

Lanzamos nuestro Plan +BICI para promover el transporte sostenible como alternativa frente al COVID-19 y para cuidar el planeta, dándole la oportunidad de adquirir bicicletas a precios exclusivos a más de 400 asesores/as.

## 10.3 Huella de carbono

(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3) (GRI 205-4) (GRI 305-5)

Calculamos la huella de carbono de nuestras operaciones para el periodo 2020, basándonos en la siguiente metodología y fuentes de información:

- **ISO 14064-1 (2018)**: lineamientos generales.
- **Protocolo de GEI**: límites de la huella de carbono, alcances y fuentes.
- **IPCC 2006**: fórmulas de cálculo y factores de emisión.

La medición abarcó las siguientes instalaciones:

- Oficina de Apoyo.
- Centro de Distribución (Lurín).
- Treinta tiendas Sodimac.
- Treinta tiendas MAESTRO.

La medición realizada identificó los siguientes gases de efecto invernadero:

- **Dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>)**: por la quema de combustibles fósiles y consumos indirectos de este.
- **Metano (CH<sub>4</sub>)**: por la quema de combustibles fósiles.
- **Óxido nitroso (N<sub>2</sub>O)**: por la quema de combustibles fósiles.
- **Perfluorocarbonados (HFC)**: por las fugas de gas refrigerante R410a.



Los resultados 2020, considerando las mismas fuentes de emisión del año 2019, fueron los siguientes:

Alcance	2019		2020		Variación (%)
	Emisiones GEI (tCO <sub>2</sub> eq)	Participación general	Emisiones GEI (tCO <sub>2</sub> eq)	Participación general	
Alcance 1 (1)	4,493.57	18.67 %	5,519.28	26.80 %	18.6 %
Alcance 2 (2)	10,046.37	41.74 %	8,687.11	42.18 %	-15.65 %
Alcance 3 (3)	9,526.12	39.58 %	6,388.07	31.02 %	-49.12 %
Total	24,066	100 %	20,594.47	100 %	-16.86 %
Per cápita	2.43	---	2.10	---	---

(1) Alcance 1: fuentes directas. Abarca uso de combustibles por grupos electrógenos y vehículos propios, equipos de aire acondicionado y extintores.

(2) Alcance 2: fuentes indirectas por consumo de energía eléctrica.

(3) Alcance 3: otras fuentes indirectas, donde se incluyen transporte de la casa al trabajo y viceversa, transporte aéreo, consumo de papel, consumo de agua potable, transporte de insumos.

En el 2020, nuestros principales logros con respecto a la medición de la huella de carbono fueron:

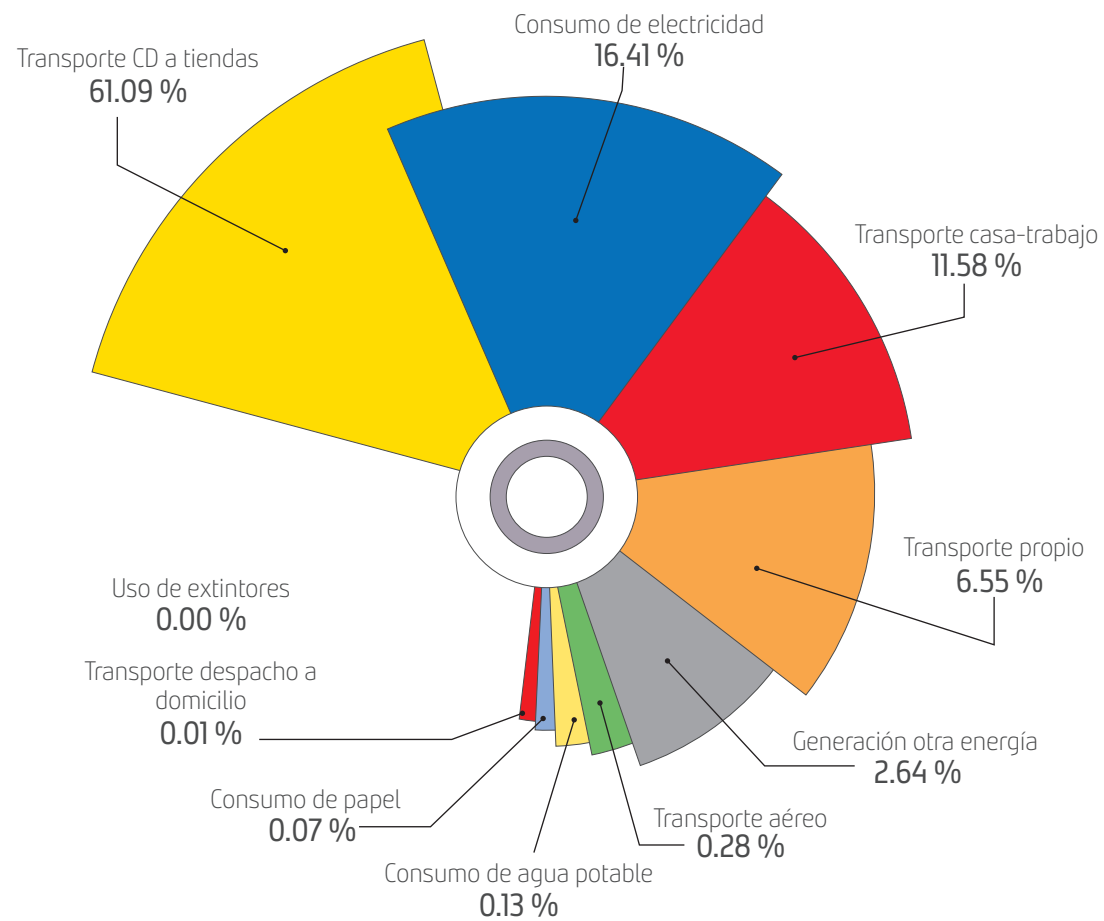
- Reducción del 16.9% de nuestra huella de carbono, con respecto a información 2019 comparable.
- Reducción del 15.6% en el Alcance 2: consumo de electricidad.
- La medición del 2020, a diferencia de la del 2019, consideró el consumo de combustible del grupo electrógeno utilizado en todas las tiendas; en el 2019 solo se consideró el combustible de la Oficina de Apoyo.

En la medición 2020, incorporamos nuevas fuentes de emisión dentro del alcance 3, obteniendo una nueva línea base de comparación para mediciones futuras. Incluimos las emisiones producidas por el transporte de mercadería desde el centro de distribución hacia las tiendas y el transporte de despacho hacia el domicilio de nuestra clientela, obteniendo una huella de carbono final de 52,930.99 tCO<sub>2</sub>eq.

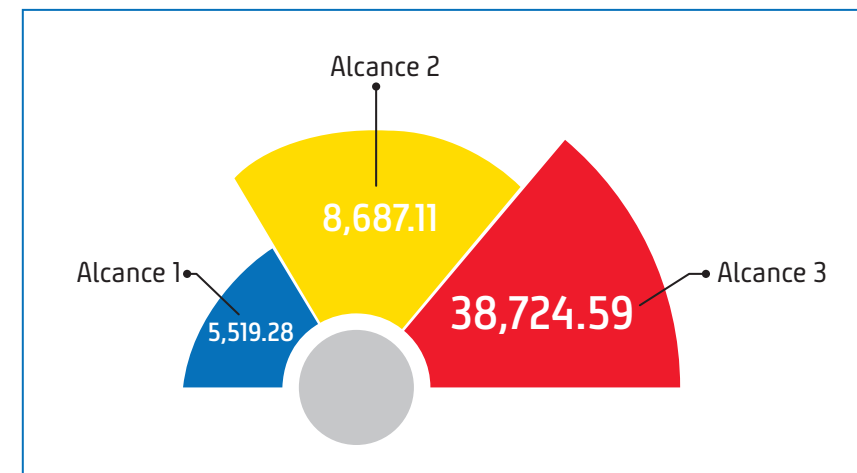


Los gráficos siguientes, representan la nueva línea base de nuestra huella de carbono:

### Detalle de los GEI por fuente de emisión



### Emisiones por alcance



## 10.4 Gestión de Residuos Sólidos

(GRI 306-2)

Gracias al compromiso de los asesores y asesoras, hemos contribuido con el planeta a través del reciclaje de nuestros residuos en nuestra Oficina de Apoyo y nuestras tiendas Sodimac y MAESTRO, logrando reciclar al 0.9 toneladas de residuos reciclables en el 2020:

### Residuos sólidos dispuestos

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

Debido al cierre temporal de nuestras tiendas por el estado de emergencia hemos reciclado una menor cantidad de residuos; sin embargo, nuestro compromiso con el reciclaje se mantendrá para el año 2021.

### Plan de Reducción de Bolsas

En Sodimac y MAESTRO estamos comprometidos con el cuidado del medioambiente; por ello, durante el 2020 dejamos de entregar bolsas de plástico en nuestras tiendas, alineándonos a la estrategia Perú Limpio, impulsada por el Ministerio del Ambiente (MINAM).



# Índice de contenidos GRI

(GRI 102-55)

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 101: Fundamentos 2016		
<b>Contenidos generales</b>		
<b>1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1 Nombre de la organización	11
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	11
	102-3 Ubicación de la sede	12
	102-4 Ubicación de las operaciones	12
	102-5 Propiedad y forma jurídica	11
	102-6 Mercados servidos	4, 7
	102-7 Tamaño de la organización:	12
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	53, 54
	102-9 Descripción de la cadena de suministro	84, 85
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	11, 12, 53
	102-11 Principio o enfoque de precaución	92
	102-12 Iniciativas externas	28 a 40
	102-13 Afiliación a asociaciones	12
<b>2. ESTRATEGIA</b>		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	6 a 9, 15
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	24
<b>3. ÉTICA E INTEGRIDAD</b>		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	29, 30
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	32

Estándar GRI	Contenido	Página	
<b>4. GOBERNANZA</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-18 Estructura de gobernanza	19, 23, 24	
	102-19 Delegación de autoridad	31, 38	
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	20, 22	
	102-22 Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	21	
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	19	
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	19	
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	20	
	102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	21	
	102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	24 a 26	
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	26	
	102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	38	
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	38	
	102-35 Políticas de remuneración	66	
	<b>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
	GRI 102: Contenidos generales 2016	102-40 Lista de los grupos de interés	41
102-41 Acuerdos de negociación colectiva		76, 77	
102-42 Identificación y selección de grupos de interés		42	
102-43 Enfoque de la participación de los grupos de interés		2, 42 a 45	
102-44 Temas y preocupaciones claves mencionados		42 a 45	

Estándar GRI	Contenido	Página
<b>6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b>		
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	2
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	2
	102-47 Lista de temas materiales	2, 3
	102-48 Reexpresión de la información	No se presenta reexpresión de la información
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No se presentaron cambios
	102-50 Período objeto del informe	2
	102-51 Fecha del último reporte	2
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	2
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	104
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	2
	102-55 Índice de contenidos GRI	99 a 105
	102-56 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa. La empresa actualmente no cuenta con políticas relativas a la verificación externa

Estándar GRI	Contenido	Página
<b>Temas materiales</b>		
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: ECONÓMICO</b>		
<b>Desempeño económico</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	27
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	27
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	27
<b>Presencia en el mercado</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	63, 64
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	65, 69
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	---
	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	63
<b>Prácticas de abastecimiento</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	84
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	85, 86
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	85, 86
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	84
<b>Anticorrupción</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	34
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	34
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	34
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	34
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	34
<b>Competencia desleal</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	35
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	35
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL</b>		
<b>Energía</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	94
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	94
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	94
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	94, 95
	302-3 Intensidad energética	95
	302-4 Reducción del consumo energético	
<b>Emisiones</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	94, 95
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	94, 95
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	94, 95

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	96, 97
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	96, 97
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	96, 97
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	96, 97
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	96, 97
<b>Efluentes y residuos</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	94, 98
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	94, 98
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	94, 98
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	206-2 Residuos por tipo y métodos de eliminación	98
<b>Cumplimiento regulatorio</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	36
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	37
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36
GRI 307: Cumplimiento regulatorio 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	36
<b>Evaluación ambiental de los proveedores</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	86
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	86
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	86
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	86
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	86

Estándar GRI	Contenido	Página
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL</b>		
<b>Empleo</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	55, 56
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	55, 56
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	56, 57, 62, 64
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	57
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	59
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	77, 79
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	81
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	82
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	78
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	78, 79, 80
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	78, 79, 80
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	80
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	80
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	80
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	78 a 80
	403-9 Lesiones por accidente laboral	82

Estándar GRI	Contenido	Página
<b>Formación y enseñanza</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	66 a 69
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	68
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	71
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	71
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	72 a 76
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	76
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	54
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	---
<b>No discriminación</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	72 a 76
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	72 a 76
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72 a 76
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	34
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	76, 77
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76, 77
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	76, 77
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	76, 77

Estándar GRI	Contenido	Página
<b>Evaluación de derechos humanos</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	30
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	30
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	30
<b>Comunidades locales</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	88
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	88
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	88
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	88 a 92
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	88
<b>Evaluación social de los proveedores</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	86
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	86
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	86
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	86
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	86
<b>Política pública</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	36
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36
GRI 415: Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	36

Estándar GRI	Contenido	Página
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	47
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	48, 49
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	48, 49
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	48, 49
<b>Marketing y etiquetado</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	50
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	50
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	50, 51
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	50
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	50, 51
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	50, 51
<b>Privacidad del cliente</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	51
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	51
<b>Cumplimiento socioeconómico</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	36
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	50, 51

(GRI 102-53)

RAZÓN SOCIAL:  
Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.  
R.U.C. 2057055538

COMENTARIOS O SUGERENCIAS, CONTACTAR A:  
Franco Bogani  
Coordinador de Sostenibilidad  
E: fbogani@sodimac.com.pe

COORDINACIÓN Y EDICIÓN DEL CONTENIDO  
MEspinosa S.A.C.  
María Luisa Espinosa Talavera  
Susy Nakamoto Ishara

DIAGRAMACIÓN  
Aurora Espinosa T.

FOTOGRAFÍAS  
Archivos Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

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

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



*“ Juntos construimos  
sueños y proyectos  
de hogar.*

