

Perú  
2022



# Reporte de Sostenibilidad

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.



# Contenido

Hitos de sostenibilidad 2022	3	<b>4 Proveedores</b>	<b>40</b>
Reconocimientos	4	4.1 Cadena de aprovisionamiento	41
Acerca de nosotros	5	4.2 Gestión sostenible de proveedores	42
Carta del CEO	6	4.3 Iniciativas con proveedores	43
<b>1. Sodimac y Maestro</b>	<b>8</b>	<b>5 Asesores</b>	<b>45</b>
1.1 Propósito	9	5.1 Gestión del talento	48
1.2 Estrategia del Negocio	11	5.1.1 Empleo	48
1.3 Contribución a los ODS	13	5.1.2 Presencia en el mercado	49
1.4 Relación con los grupos de interés	14	5.1.3 Compensaciones	51
1.5 Membresías	17	5.2 Clima y cultura	51
1.6 Temas materiales	17	5.3 Formación y desarrollo profesional	54
<b>2 Gobierno corporativo</b>	<b>19</b>	5.3.1 Escuela de Excelencia	54
2.1 Directorio y Comité Ejecutivo (Liderazgo)	20	5.3.2 Desarrollo profesional	57
2.2 Nuestros órganos de dirección	23	5.3.3 Evaluación de Desempeño	59
2.3 Desempeño económico	23	5.4 Salud y seguridad en el trabajo	61
2.4 Ética, cumplimiento y transparencia	24	5.5 Diversidad e inclusión	65
2.4.1 Sistema de integridad	24	<b>6 Comunidad</b>	<b>68</b>
2.4.2 Anticorrupción	27	6.1 Gestión social	69
2.4.3 Respeto a la competencia	28	6.2 Voluntariado Corporativo	69
2.4.4 Cumplimiento regulatorio	29	6.3 Alianzas	69
2.4.5 Relacionamiento con funcionarios públicos	29	<b>7 Medioambiente</b>	<b>71</b>
2.5 Gestión de riesgos	29	7.1 Huella de carbono	73
2.6 Derechos humanos	32	7.2 Gestión de energía	75
2.7 Libertad de asociación y negociación colectiva	33	7.3 Gestión del agua	77
<b>3 Clientes</b>	<b>34</b>	7.4 Gestión de residuos	77
3.1 Experiencia del cliente	35	Índice contenidos GRI	79
3.2 Salud y seguridad del producto	36	Índice del Pacto mundial	84
3.3 Ética publicitaria	38	Alineamiento a ODS	85
		Métricas Gestión de Personas	87

# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Perú  
2022

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.



# Hitos de sostenibilidad 2022



**+40,000**

productos de construcción y mejoramiento del hogar



Realizamos una debida diligencia en

**derechos humanos**



**8,016** Asesores/as de los cuales

43% son mujeres  
57% son hombres



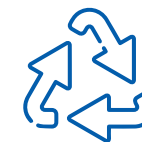
**+337,992**

horas de capacitación hacia nuestros/as asesores/as



**+15 proveedores**

PYME, MYPE y emprendimientos son parte del programa **Creemos Juntos**



Implementamos **8 puntos limpios**

para fomentar el reciclaje en nuestras tiendas



Reactivamos el voluntariado corporativo con

**+200 horas** de voluntariado



Medimos nuestra huella de carbono 2021 con un resultado de

**101 tCO<sub>2</sub>-eq**



**s/ 125,000**

fueron donados al proyecto Haciendo Escuela de Fe y Alegría



# Reconocimientos



## Distintivo Empresa Socialmente Responsable

Noueno año consecutivo, otorgado por la organización Perú Sostenible en reconocimiento a nuestra gestión en sostenibilidad.



## Ranking Merco Empresas

Somos parte de la lista de 100 empresas con mejor reputación en el Perú. Obtuvimos el puesto 29° en el ranking general y el puesto 2° en la categoría de retail especializado.



## Ranking Merco Responsabilidad ESG

Somos parte de la lista de 100 empresas en el Perú con mejor gestión ambiental, social y de gobierno corporativo. Obtuvimos el puesto 40° en el ranking general y el puesto 2 en la categoría de retail especializado.



## Ranking Merco Talento

Somos parte de la lista de 100 empresas en el Perú con mejor atracción y retención del talento. Obtuvimos el puesto 43° en el ranking general y el puesto 3° en la categoría de retail especializado.



## Buenas Prácticas Laborales

Mejores prácticas laborales otorgado por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (Mintra). Subcategorías: No discriminación por credo, discapacidad, condición económica, raza, sexo / Igualdad de grupos vulnerables / Acoso sexual y hostigamiento laboral.



## Reconocimiento RECOLECC

por la gestión adecuada de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en nuestras tiendas.



## Huella de Carbono Perú

Obtuvimos la primera estrella por haber medido la huella de carbono de nuestra operación y publicarla en la plataforma del Ministerio del Ambiente.



## CX INDEX

Ocupamos el puesto 31° en el ranking general y el puesto 1° en la categoría Mejoramiento del Hogar para la Experiencia al Cliente.



## CXI INDEX

Reconocidos como una de las mejores empresas en servicio al cliente, ocupamos el puesto 1° en las categorías Tiendas del Mejoramiento del Hogar y Experiencia Digital.



## Puesto 3° en el Great Place To Work a nivel nacional



## Puesto 1° en el Great Place To Work en mejores lugares para trabajar para mujeres



## Puesto 4° en el Great Place To Work en Diversidad e Inclusión



## Ranking PAR

Obtuvimos el puesto 7° entre las empresas con más de 5,000 colaboradores en Perú dentro del Ranking PAR en la categoría de equidad de género.



## Certificación Mejores Lugares para el Talento LGBTQ+

certificados por la ONG Presente como uno de los mejores lugares para el desarrollo del talento LGBTQ+ en el Perú. Además, obtuvimos el puesto 5° en el ranking de Mejores Empresas para el Talento LGBTQ+.



## Empresa Pionera ELSA

Reconocidos por GenderLab y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por nuestra gestión proactiva para la prevención del hostigamiento sexual.



## Reconocimiento Conadis

Reconocidos por fomentar la empleabilidad en las personas con discapacidad gracias a nuestro programa Junto a Ti.

# Acerca de nosotros

Somos una empresa del sector retail, enfocada en el mejoramiento del hogar. Ofrecemos más de 40,000 productos de decoración y construcción con los que buscamos inspirar a nuestros/as clientes/as y mejorar su calidad de vida.

Nuestras marcas son:

- Sodimac Homecenter
- Sodimac Constructor
- Maestro

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

En Perú contamos con:

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

Ingresamos al mercado peruano constituidos como Sodimac Perú S.A. el 16 de junio de 1998. Nuestras operaciones se iniciaron en el 2004 con la apertura de la tienda en el distrito de San Miguel (Lima). En septiembre del 2014 adquirimos el 100 % de las acciones de la cadena especializada en mejoramiento del hogar y la construcción Maestro Perú S.A. (luego Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.).

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

(GRI 2-1)

## Acerca de este informe

Publicamos anualmente nuestro reporte de sostenibilidad; en esta novena edición, abarcamos el año calendario 2022. Este informe se ha elaborado basado en los Estándares GRI.

Las entidades incluidas en nuestros estados financieros anuales consolidados son:

- Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.
- Sodimac Perú Oriente S.A.C.

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

En este reporte hacemos uso de nuestras marcas Sodimac y Maestro para referirnos a nuestra gestión de sostenibilidad. Las consultas sobre este reporte y nuestra gestión de sostenibilidad son atendidas por nuestra Coordinadora de Sostenibilidad:

Adriana Del Aguila  
Correo electrónico: [adelaguila@sodimac.com.pe](mailto:adelaguila@sodimac.com.pe)  
(GRI 2-2) (GRI 2-3)





# Carta del CEO

Tras dos años de emergencia sanitaria, el panorama del 2022 mostró un escenario más alentador con la recuperación paulatina de los sectores, el levantamiento de las restricciones y el retorno a los aforos usuales. Sin embargo, el año estuvo marcado por una inestabilidad política y protestas sociales que impactaron directamente en el abastecimiento y en variables macroeconómicas como la inflación, el tipo de cambio e inversión privada. A pesar de este contexto, continuamos dirigiendo nuestros esfuerzos en adaptarnos a las nuevas necesidades de los clientes e impulsamos diversas acciones de eficiencia, logrando cumplir con el resultado propuesto para el año.

Alineados a nuestro propósito: simplificar y disfrutar más la vida, apalancamos nuestra gestión en la innovación y sostenibilidad. Buscamos ofrecer los mejores productos, servicios y asesoría, así como fortalecer nuestra propuesta de valor sobre la base del Ecosistema Falabella, del cual decanta nuestra ruta estratégica: #TurboDigitalización, que pone en el centro al cliente y potencia la omnicanalidad en nuestro negocio.

Nuestro propósito nos invita a ser cada vez más responsables con la sociedad y el entorno. Es así como pusimos mayor énfasis en la gestión de sostenibilidad durante el 2022, la cual cuenta con enfoque transversal a nuestra operación y busca entender e impactar de forma positiva a cada uno de los stakeholders que forman parte de la cadena de valor de la compañía.

Destacamos los esfuerzos de nuestro **gobierno corporativo**, que se vieron recompensados por la mejora de siete puntos porcentuales en la evaluación de nuestro INDEX de Sostenibilidad, superando en 5% la meta establecida para Perú. Además, iniciamos un proceso de debida diligencia en

derechos humanos junto a las demás unidades de negocio de la región. Esto nos permitió identificar los principales riesgos para nuestra gestión, así como oportunidades de mejora para las prácticas que ya venimos realizando.

Nos conectamos con nuestros **clientes** y día a día logramos identificar sus necesidades de forma inteligente y efectiva a través del análisis de data y el uso de la tecnología. Al finalizar el año, contamos con más de 7.8 MM de clientes identificados y más de 4.2 MM de clientes activos, a quienes buscamos agregar valor de manera continua en las diferentes aristas del negocio:

- Nos enfocamos en la capacitación de nuestro Cliente Pro, ofreciéndole programas y beneficios tales como la **Gran Feria de la Capacitación**, que contó con más de 52M nuevos registros en el Perú y 26M conectados al evento, el programa **Construye Bien**, a través del cual impulsamos la construcción segura y las más de 250 **Capacitaciones Digitales** dictadas por nuestros principales proveedores. Finalmente, les ofrecimos beneficios exclusivos como parte del programa de fidelización **Círculo de Especialistas**, que hoy cuenta con más de 190M participantes, atención personalizada a través de nuestro módulo **Maestrizo** y retomamos el **Día del Constructor**, con más de 9M inscritos.
- Para nuestro Cliente Hogar, ofrecimos asesoría, precios competitivos, variedad de productos y servicios complementarios que lograron cumplir con sus expectativas. Asimismo, lanzamos la plataforma **Decolovers**, un paquete estructurado de contenidos sobre decoración; potenciamos nuestros proyectos de

cocina y baño a través de la asesoría personalizada de nuestros diseñadores, complementado con servicios a medida y ofrecimos 24 catálogos digitales que impulsan nuestra oferta comercial, así como campañas 360°, logrando 1.6 MM de vistas.

En línea con nuestra ruta estratégica, contribuimos con el desarrollo de nuestros **proveedores**, fortaleciendo el programa **Creciendo Juntos**, dirigido a emprendimientos, MYPES y PYMES, capacitándolos y generando alianzas con el fin de acompañarlos en su crecimiento comercial y propuesta de valor. En este mismo programa, impulsamos



la categoría Construyendo Juntos del Desafío Kunan, la cual premió al emprendimiento Bio Natural Solutions como ganador. Del mismo modo, acompañamos a proveedores de servicio a través del programa **Juntos/as Construimos Sostenibilidad**, que tuvo como objetivo compartir con ellos nuestras principales prácticas en sostenibilidad.

Con respecto al **medio ambiente**, implementamos proyectos ágiles de eficiencia energética con el objetivo de reducir nuestras emisiones. Además, fortalecimos nuestra estrategia de gestión de residuos, ampliando su alcance a clientes a través de los Puntos Limpios en tienda y homologamos la Huella de Carbono de nuestra operación a nivel corporativo, con una medición hasta el alcance 3 correspondiente al 2022 y una auditoría que certifica nuestros resultados. Gracias a este esfuerzo, obtuvimos la 1era y 2da estrella otorgada por la Plataforma Huella de Carbono Perú del Ministerio del Ambiente.

Fortaleciendo nuestro compromiso con las **comunidades** aledañas a nuestra operación, potenciamos la estrategia de Gestión Social, que busca reforzar la identificación de riesgos y la relación comunitaria de nuestras tiendas. Asimismo, retomamos nuestro voluntariado presencial con acciones de limpieza de playas y mejoramiento de espacios y concretamos nuestra donación anual en el marco del programa Haciendo Escuela junto a Fe y Alegría, de S/ 125M en favor de la educación en el Perú.

Finalmente, enfocados en el desarrollo y bienestar de nuestros asesores/as, impulsamos nuevas iniciativas dirigidas a sus necesidades, tales como el programa "Juntos Nos Cuidamos: Bienestar Financiero", el cual busca compartir con ellos/as herramientas para la

organización de las finanzas, respondiendo al contexto económico del país ocasionado tras la pandemia de la COVID-19. Del mismo modo, continuamos con el impulso de la estrategia EDIPVI (Equidad, Diversidad, Inclusión y Prevención de la Violencia), dirigida a generar espacios laborales más seguros e inclusivos.

Las tendencias del consumidor indican el inicio de una reactivación económica, con la tercera parte de la población considerando incrementar sus gastos en el mejoramiento de hogar. En el Perú se estima un crecimiento del PBI del 3% y en el sector comercio y de la construcción, la proyección de crecimiento es de 2.5% y 2% respectivamente. Bajo este contexto, miramos con optimismo el panorama nacional y nos enfocamos en seguir fortaleciendo nuestra propuesta de valor a partir del trabajo en equipo y el compromiso de nuestros/as asesores/as, quienes buscan seguir superando las expectativas de nuestros clientes y cumplir con el propósito: "Simplificar y disfrutar más la vida".

### Wilhelm Ramberg Arnillas

Gerente General

(GRI 2-22)





# Sodimac y Maestro

.1





# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 1.1 Propósito

A través de nuestro propósito, buscamos ir más allá del beneficio económico del negocio. Este nos encamina a hacernos más responsables de los impactos que generamos sobre la sociedad, convirtiéndose en una guía que nos dirige hacia el cumplimiento de nuestra estrategia, siendo el motor de nuestros valores, cultura y liderazgo. Nuestro propósito es:

### Simplificar y disfrutar más la vida.

Este propósito se complementa con:

#### 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

- Todos nos llamamos asesores o asesoras.
- Sentido de equipo.
- 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.

## #TurboDigitalización



# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

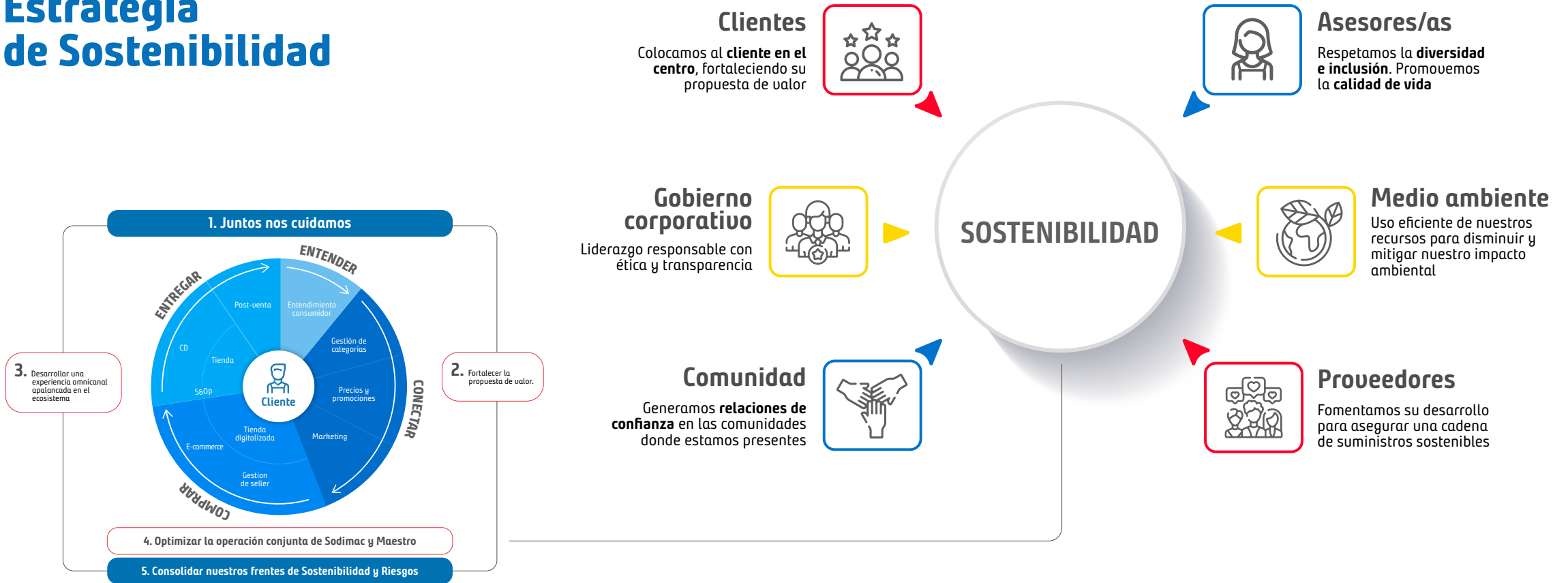
4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Estrategia de Sostenibilidad





## 1.2 Estrategia del Negocio

En un nuevo contexto de recuperación luego de la emergencia sanitaria, buscamos dirigir nuestros esfuerzos en adaptarnos a las nuevas necesidades de nuestros clientes. Hemos fortalecido nuestra propuesta de valor sobre la base del Ecosistema Falabella, del cual se deriva nuestra ruta estratégica #TurboDigitalización que pone en el centro al cliente y potencia la omnicanalidad en nuestro negocio.

Por otro lado, nuestro propósito nos invita a ser cada vez más responsables con la sociedad y el entorno. Por ello, nuestra estrategia de negocio tiene cinco pilares en donde la sostenibilidad es la base de nuestro actuar. Somos conscientes del impacto que generamos a nivel ambiental, social y económico; es así como continuamos reforzando la sostenibilidad como un compromiso transversal de toda la empresa, que en la práctica se ve reflejado en el trabajo constante con todos nuestros grupos de interés.

En Sodimac y Maestro gestionamos la sostenibilidad de forma transversal a nuestra operación, enfocados en

entender e impactar de forma positiva a cada uno de los grupos de interés que forman parte de nuestra cadena valor y buscando alcanzar una gestión equilibrada de nuestros impactos ambientales, sociales y de gobernanza, con un enfoque en derechos humanos.

- **Ambiental:** El uso de recursos naturales y los impactos generados de forma directa o indirecta por parte de nuestras operaciones en el medio ambiente.
- **Social:** Gestión de riesgos y oportunidades asociadas a la relación de la empresa con las personas o instituciones que la rodean.
- **Gobernanza:** Desempeño de nuestro gobierno corporativo en temas vinculados a la ética, reputación, la gestión del negocio y el manejo de riesgos.

Bajo estos pilares es que consolidamos nuestra Estrategia de Sostenibilidad, la cual prioriza 6 grupos de interés y desarrolla planes de acción entorno a estos. (GRI 2-23)

Nuestros grupos de interés constituyen nuestros pilares y los definimos y comprometemos con ellos de la siguiente forma:

Cada 3 años, Revisión de compromisos con los grupos de interés. (GRI 2-29)

Reafirmamos nuestro compromiso como empresa sostenible a través de la mejora continua y el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales que nos permiten seguir generando valor de forma eficiente.

**Nuestra gestión se encuentra alineada a:**

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



# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Grupo de interés	Compromiso
Asesores/as	Ofrecemos un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes, diversidad y fomentamos el diálogo en el marco de una cultura inclusiva y de respeto por los derechos humanos.
Medio ambiente	Medimos, prevenimos y reducimos los impactos ambientales negativos de nuestra operación, buscando el uso eficiente de los recursos.
Proveedores	Son socios estratégicos dentro de nuestra cadena de valor. Buscamos fomentar su desarrollo y propuesta de valor a través de la capacitación, compartiendo nuestras prácticas de negocio.
Comunidad	Buscamos generar relaciones de confianza en las comunidades en las que estamos presentes, basadas en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.
Gobierno corporativo	Lideramos con responsabilidad, ética y transparencia, asegurando el respeto a los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor y adaptándonos a las necesidades y exigencias del entorno.
Clientes	Respetamos sus derechos y atendemos sus expectativas aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa. Además, garantizamos la disponibilidad, calidad y seguridad de nuestros productos.

Basados en estos estándares, mantenemos una Política de Sostenibilidad, la cual guía nuestra gestión interna y nos ayuda a generar valor, relacionarnos de forma positiva con nuestros grupos de interés, garantizar el cumplimiento normativo y fortalecer nuestra reputación. (GRI 2-23) (GRI 2-24)

## Comité de Sostenibilidad

Con el fin de promover el involucramiento del Comité Ejecutivo en la Estrategia de Sostenibilidad, en el 2022 continuamos con el desarrollo de nuestro Comité de Sostenibilidad. Este reúne periódicamente a las principales áreas de la operación, que se encuentran directamente vinculadas a nuestra gestión sostenible con el fin de dar seguimiento, validación e identificar oportunidades enfocadas en la generación de valor e impacto positivo para el entorno y el negocio.

A su vez, el comité supervisa:

- El actuar en coherencia con nuestras políticas y lineamientos relacionados a sostenibilidad y diversidad.
- La generación de acciones para promover una gestión sostenible.
- La identificación de necesidades en las poblaciones vulnerables dentro y fuera de la empresa.

- La revisión de casos que atenten contra los derechos humanos en la cadena valor.





# 1. Sodimac y Maestro

- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno corporativo
- 3 Clientes
- 4 Proveedores
- 5 Asesores
- 6 Comunidad
- 7 Medio Ambiente

## 1.3 Contribución a los ODS

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

Nos comprometemos con los siguientes Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), a través de diversas acciones, las cuales pueden ser revisadas en el anexo Alineamiento a ODS.

(GRI 2-23)



# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 1.4 Relación con los Grupos de Interés

### ASESORES Y ASESORAS

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Conversando juntos	Mensual	Necesidades vinculadas a los espacios laborales Gestión del liderazgo de primera y segunda línea
Red de Corresponsales CCS de clima, cultura y sostenibilidad (CCS)	Mensual	Temas relacionados al clima, cultura y sostenibilidad del negocio
Reuniones de confianza	A solicitud	Necesidades vinculadas a los espacios laborales Relación entre equipos y líderes de Tienda
Herramientas virtuales: • Murales digitales • Boletín de Comunicación Interna • Workplace	• Permanente • Mensual • Diaria	Principales noticias sobre la empresa Grupos de trabajo / integración / temas diversos
Comunidades de Diversidad e Inclusión	Permanente	Información sobre programa dirigidos a la comunidad Conmemoración de fechas especiales Testimonios e historias de éxito

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Línea Confía		Apoyo psicológico y legal en asuntos personales y familiares
Reuniones bimensuales	Bimensual	Comunicación de logros, cambios importantes, campañas y reconocimiento a los mejores asesores/as del área.
Mesa redonda	Dos veces al año	Alineamiento estratégico de gerentes con los CEO de Sodimac — Maestro y del Grupo Falabella
Summit #TurboDigitalización	Semestral	Logros obtenidos y prioridades de negocio





# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## PROVEEDORES

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

## COMUNIDAD

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Reuniones Correo electrónico Relación con tiendas	Mensual	Plan de acción sobre actividades acordadas bajo convenios Donaciones coyunturales

## GOBIERNO

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Cartas y oficios Correos electrónicos Conferencias virtuales	De acuerdo con requerimientos normativos A solicitud de la institución	Cumplimiento normativo Participación en iniciativas vinculadas a nuestra estrategia de sostenibilidad.

## GOBIERNO CORPORATIVO

Canal de diálogo	Frecuencia	Temas tratados durante el periodo del reporte
Reuniones de directorio	Trimestral	Principales indicadores de la empresa Avances comerciales Avances en sostenibilidad



# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## CLIENTES

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

## TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS

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

Nuestros grupos de interés se identificaron tomando en cuenta:

- El nivel de influencia que tienen sobre nuestra empresa, ya sea que sus acciones puedan impulsar o impedir nuestro desempeño.
- El nivel de dependencia con respecto a nuestra empresa. (GRI 2-29)



## 1.5 Membresías

Somos miembros de las siguientes organizaciones:

- Cámara Peruana de la Construcción - Capeco.
- Cámara de Comercio Americana del Perú - AmCham.
- Cámara de Comercio de Lima.
- Asociación de Anunciantes del Perú - ANDA.
- Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU).
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú.
- Sedex, a nivel corporativo.
- Comunidad Aequales.
- Pride Connection Perú.

Los gremios y asociaciones a las que estamos suscritos comparten nuestros valores, prioridades y enfoques de negocio. Nos alineamos a la legislación nacional, por lo que no practicamos acciones de lobby en ninguna circunstancia.

(GRI 2-28)

## 1.6 Temas materiales

Sodimac Corporativo cuenta con un proceso formal de identificación de los temas materiales en todos los ámbitos de la sostenibilidad, cuya frecuencia de actualización no supera los cinco años. El último análisis de materialidad se realizó en el 2020, acompañado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso de Chile.

El proceso consistió en las siguientes etapas:

(GRI 3-1)



<p><b>Paso 1</b></p>	<p>Realización de 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.</p>
<p><b>Paso 2</b></p>	<p>Identificación de impactos positivos y negativos, que afectan a los diferentes grupos de interés para cada uno de los temas de sostenibilidad. Análisis de los impactos positivos, negativos, reales y potenciales del negocio a lo largo de la cadena de valor e identificación de los riesgos y oportunidades de gestión.</p>
<p><b>Paso 3</b></p>	<p>Homologación 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.</p>



# 1. Sodimac y Maestro

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Gobierno corporativo

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

## Asesores/as

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

## Clientes

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

## Proveedores

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

## Medio ambiente

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

## Comunidad

- Inversión social
- Gestión del entorno

## TEMAS MATERIALES POR GRUPO DE INTERÉS

## TEMAS ABC DE LA SOSTENIBILIDAD

1. Lineamientos y Gestión de Sostenibilidad
2. Relación con grupos de interés
3. Rendición de cuentas y transparencia
4. Gestión de riesgos financieros y no financieros
5. Regulación - Cumplimiento normativo

# Gobierno Corporativo

.2



# 2. Gobierno Corporativo

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Nuestra dirección se rige por la ética y transparencia, así como por el respeto a los derechos humanos. Desde nuestro gobierno corporativo, dirigimos todos los esfuerzos en sostenibilidad, los cuales son evaluados a través de nuestro Index corporativo de Sostenibilidad. En el año 2022 logramos una mejora del 8%, superando en 5% la meta establecida para Perú.

## 2.1 Directorio y comité ejecutivo (liderazgo)

(GRI 2-9)

### Accionistas

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

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

GRI 2-1)

### Junta General de Accionistas

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

### Directorio (Estatutario Perú)

Compuesto por un número no menor de tres ni mayor de siete miembros, con una duración de tres años. Para ser director no se requiere ser accionista; es un cargo que recae en personas naturales, de acuerdo con sus capacidades.

Se elige tanto directores titulares como suplentes (en caso corresponda). El Directorio es nombrado por la Junta General de Accionistas en la junta anual y antes de cada elección dicha junta debe acordar el número de directores que deberán elegirse para el periodo respectivo.

(GRI 2-10)

### Presidente (no ejecutivo):

Juan Fernando Correa Malachowski,	Peruano	Desde 2017 6 años
-----------------------------------	---------	----------------------

### Director (no ejecutivo):

Francisco Irrarrázaval Mena	Chileno	Desde 2021 2 años
-----------------------------	---------	----------------------

### Director (no ejecutivo):

Juan Xavier Roca Mendenhall	Peruano	Desde 1995 28 años
-----------------------------	---------	-----------------------

<sup>3</sup> El 100 % de los miembros del Directorio son hombres. (GRI 2-9)

<sup>4</sup> No tiene vínculo laboral con la empresa.

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. responde al directorio de Falabella Corporativo, siendo los directores:<sup>3</sup>

Los directores tienen en promedio 14 años de permanencia en el Directorio de nuestra empresa. Ambos directores independientes tienen experiencia en el sector.

(GRI 2-18)

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.

### Director (no ejecutivo, independiente):

Alonso Rey Bustamante	Peruano	Desde 2007 16 años
-----------------------	---------	-----------------------

### Director (no ejecutivo, independiente):

Gianfranco Catagnola Zuñiga	Peruano	Desde 2006 17 años
-----------------------------	---------	-----------------------

### Director (no ejecutivo):

Juan Pablo Montero Schepeler	Chileno	Desde 2006 17 años
------------------------------	---------	-----------------------

(GRI 2-11)

El Directorio se reúne por lo menos una vez al año. Representando a Sodimac — Maestro 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.

(GRI 2-12)



# 2. Gobierno Corporativo

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

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

- Instalar y crear sucursales, agencias u oficinas fuera del país.
- Comprar, vender, permutar y en general, enajenar bajo cualquier título acciones de la sociedad.
- Vender, donar o ceder a título oneroso, permutar, comprar, vender, prometer, comprar y otorgar promesa de venta de bienes inmuebles o derecho sobre inmuebles.
- Vender, donar o ceder marcas, patentes, diseños industriales u otra forma de propiedad industrial e intelectual de titularidad de la sociedad o constituir en favor de terceros derechos de cualquier naturaleza sobre ellos.
- Autorizar y otorgar facultades para realizar y ejecutar donaciones.
- Garantizar cualquier clase de obligaciones propias de la sociedad o sus filiales, ya sean civiles, naturales, mercantiles, tributarias o de cualquier otra naturaleza de acuerdo con las normas vigentes.
- Celebrar cualquier clase de pacto o convenio entre socios o accionistas de una sociedad en la que la sociedad tenga una participación social o accionaria.

- Proponer a la Junta General de Accionistas los acuerdos que crea convenientes a los intereses sociales.
- Presentar a la junta la memoria, los estados financieros y la propuesta de aplicación de utilidades.
- Revisar y aprobar cualquier acto o contrato que exceda a las atribuciones de la Gerencia general.
- Nombrar y remover a los/as apoderados/as, representantes y cualquier otro/a funcionario/a al servicio de la sociedad y conferirles las facultades que estime convenientes.

(GRI 2-12)

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

(GRI 2-13)

El Directorio cuenta con los siguientes comités:

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

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

(GRI 2-9)

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

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

(GRI 2-18)



# 2. Gobierno Corporativo

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

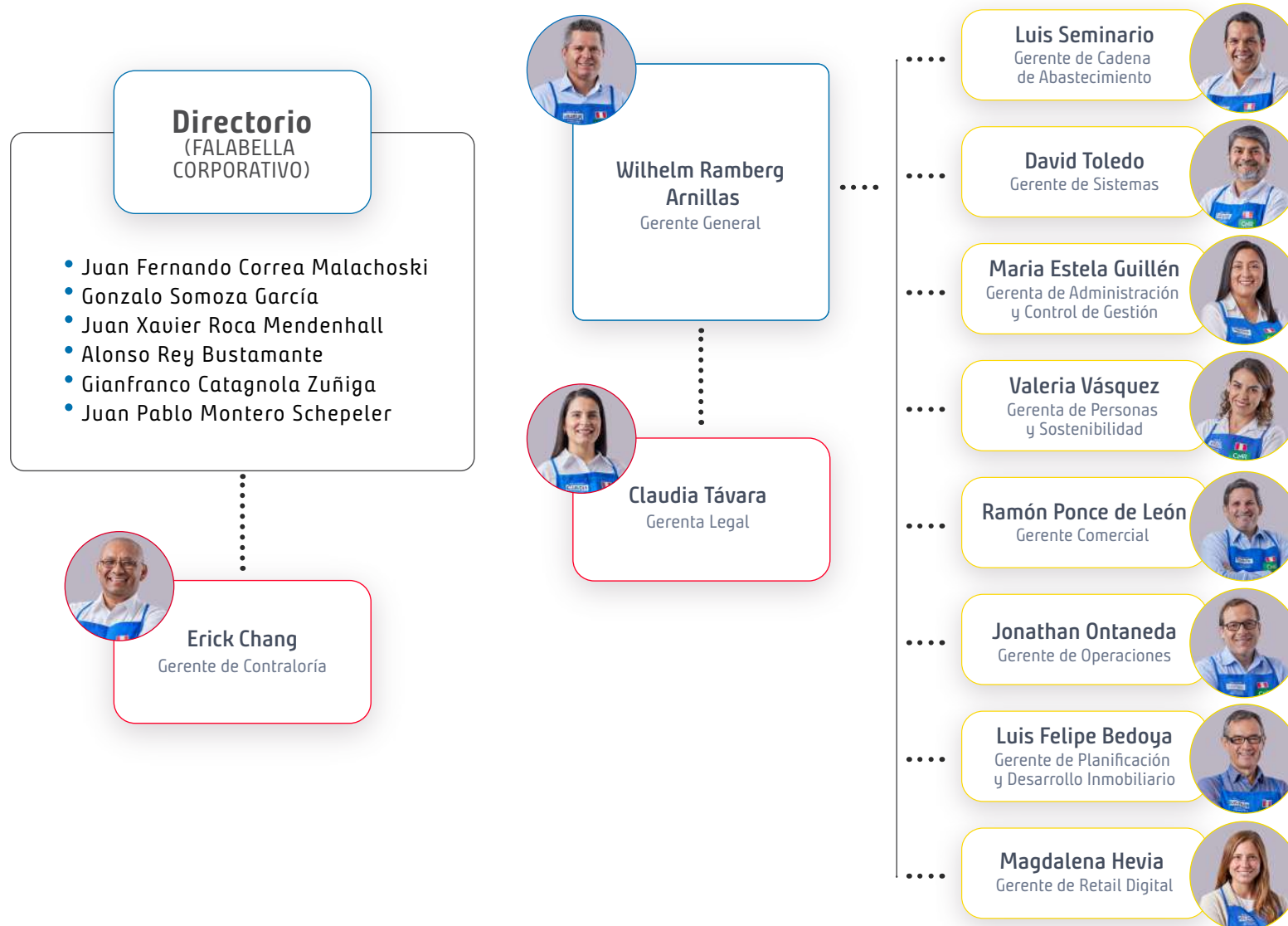
4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Organigrama Sodimac y Maestro



# 2. Gobierno Corporativo

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 2.2 Nuestros órganos de dirección

### Comité Ejecutivo

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.

Son responsables de revisar y aprobar los temas materiales de la empresa y el Reporte de Sostenibilidad.

Los gerentes de primera línea son designados por el gerente general y rinden cuenta de la gestión de forma semestral a toda la empresa.

Oficialmente, no figura como órgano de la sociedad, según los estatutos.

(GRI 2-14) (GRI 2-12)

### Instancias corporativas

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

#### • Comité de Gestión País

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

#### • Equipo 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, Sodimac Perú y Sodimac México. Además, lidera un comité ejecutivo corporativo, conformado por los gerentes corporativos de cada área, que se reúne semanalmente.

(GRI 2-9)

## 2.3 Desempeño Económico

Nuestro desempeño económico trabaja sobre la base de tres pilares: rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad, a través de los cuales buscamos conseguir un impacto ambiental, social y económico equilibrados.

Contamos con indicadores de gestión (KPI-Key Performance Indicators) con los que evaluamos mensualmente nuestro desempeño. Estos indicadores nos permiten dar continuidad a las buenas prácticas, identificar oportunidades de mejora y apostar por el crecimiento conjunto con nuestros grupos de interés.

Nuestros KPI nos permite conocer todos los ámbitos de la interacción económica de la empresa no solo a nivel financiero, sino también a nivel del impacto que generamos en nuestros grupos de interés.

Anualmente, el Directorio y la Junta Anual de Accionistas revisan los estados financieros, los que abarcan la gestión de Sodimac — Maestro.

(GRI 201, 3-3)

### Cifras clave:

- Ventas netas: S/ 3,728,712 M  
Decrecimiento del 4.5 % con respecto al 2021
- Capitalización:
  - Deuda S/ 541,775 M (22.9 %)
  - Capital S/ 1,820,367 M (77.1 %)





## Valor directo generado y distribuido

IMPACTO ECONÓMICO	2022 (M S/)	2021 (M S/)	2020 (M S/)
<b>Valor económico directo creado (VEC)</b>			
a) Ingresos <sup>1</sup>	3,728,712	3,903,033	2,654,831
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>			
b) Costos operativos (pago a proveedores) <sup>2</sup>	-2,828,277	-2,902,174	-1,965,621
c) Retribución a asesores/as <sup>3</sup>	-386,385	-420,443	-327,941
d) Pagos a proveedores de fondos <sup>4</sup>	-131,809	-196,598	-65,939
e) Pagos a gobiernos <sup>5</sup>	-45,206	-92,423	-17,884
f) Inversiones en la comunidad	-551	-411	-324
<b>Total del valor económico distribuido</b>	<b>-3,392,228</b>	<b>-3,612,049</b>	<b>-2,377,709</b>
<b>Valor económico retenido (VER = VEC-VED)</b>	<b>336,484</b>	<b>290,983</b>	<b>277,122</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, honorarios corporativos.

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

(5) Impuestos y sanciones.

(GRI 201-1)

## 2.4 Ética, cumplimiento y transparencia

Incorporamos una conducta adecuada, guiada por nuestros valores corporativos para enfrentar los desafíos del negocio, con el fin de minimizar los eventuales impactos negativos que podemos ocasionar en nuestros grupos de interés tales como pérdida de confianza y credibilidad, promoviendo una experiencia positiva con nuestras marcas.

Nuestro Código de Ética establece los principios generales que conducen nuestras actividades y el comportamiento de nuestros asesores/as y proveedores/as. Este código orienta y facilita nuestro actuar tomando como base nuestros los valores, propósito, misión y visión.

Al inicio de la relación laboral, el 100 % de los/as asesores/as recibe el Código de Ética y firma un cargo de recepción, así como recibe una inducción sobre el mismo.

### 2.4.1 Sistema de integridad

- Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento
- Vela por el buen funcionamiento de nuestro Programa de Ética y el fiel cumplimiento del Código de Ética.

- Recibe y gestiona las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial.
- Desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a nuestros/as asesores/as.
- Comité de Ética
- Conformado por el Gerente General, Gerente Legal, Gerente de Administración y Control de Gestión, Gerente de Personas y Sostenibilidad y Gerente de Auditoría.
- Supervisa la efectividad del Programa de Ética.
- Oficial de Cumplimiento
- Gerente legal de la empresa, quien es designada para asumir el rol de interlocutor entre la empresa y la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento.
- Consejeros/as de Integridad:
- Son asesores/as que han sido seleccionados por la empresa y que cuentan con un entrenamiento especial para desempeñar su rol.
- Canalizan de forma confidencial las denuncias que se les planteen.
- Asesoran a nuestros/as asesores/as en temas de integridad y dilemas éticos.

(GRI 2-26)

## Canal de Integridad

### ENFOCADO EN:

- Resolver consultas.
- Recibir denuncias.

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

- **Consultas:** al Oficial de Cumplimiento del negocio, quien a su vez la deriva al área que corresponda.
- **Denuncias:** a las gerencias de Personas y Sostenibilidad, Legal y de Auditoría. Se deriva la denuncia al área de negocio pertinente o a un investigador debidamente capacitado para iniciar la investigación.

### CARACTERÍSTICAS

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

### 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).

Durante el 2022 se registraron 216 comunicaciones a través de los medios de contacto del Canal de Integridad clasificándolas de la siguiente manera:

<b>Número de denuncias éticas</b>	129	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de denuncias atendidas</li> <li>• Número de denuncias éticas en proceso al cierre del 2022</li> </ul>	153 *
<b>Número de denuncias no éticas</b>	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de denuncias no éticas atendidas</li> </ul>	7
<b>Número de consultas éticas / no éticas</b>	33	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de consultas atendidas</li> <li>• Número de consultas en proceso al cierre del 2022</li> </ul>	33 0



## Acciones tomadas por tipo de denuncia

Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas	Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
Acoso laboral	0 (*)	Del total de denuncias no se han tramitado denuncias con esta tipología.	Comportamiento inapropiado con connotación sexual	0 (*)	Del total de denuncias no se han tramitado denuncias con esta tipología.
Comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	58 (*)	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 17 infundadas</li> <li>• 10 fundadas</li> <li>• 22 cerradas por falta de información</li> <li>• 9 en trámite</li> </ul> Respecto a los 10 casos fundados tomamos las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amonestación escrita</li> <li>• Retroalimentación / Feedback</li> </ul>	Conflictos de interés (GRI 2-15)	26	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 fundadas</li> <li>• 10 infundadas</li> <li>• 4 en trámite</li> <li>• 7 cerradas por falta de información</li> </ul> Respecto a los 5 casos fundados tomamos las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aviso de desempeño grave</li> <li>• Suspensión y aviso de desempeño</li> </ul>
Acoso sexual	37 (*)	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 fundadas</li> <li>• 13 infundadas</li> <li>• 4 inconclusas</li> </ul> Respecto a los 20 casos fundados tomamos las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desvinculación</li> <li>• Amonestación grave</li> <li>• Mutuo acuerdo</li> <li>• Suspensión</li> <li>• Suspensión y rotación de tienda</li> </ul>	Infraacciones a la normativa interna	23	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 fundadas</li> <li>• 9 infundadas</li> <li>• 5 cerradas por falta de información</li> <li>• 5 en trámite</li> </ul> Respecto a los 4 casos fundados tomamos las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suspensión</li> <li>• Retroalimentación / Feedback</li> <li>• Desvinculación</li> <li>• Amonestación escrita y plan de trabajo</li> </ul>



# 2. Gobierno Corporativo

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente



Tipo de denuncia (clasificada según la tipología del Canal de Integridad)	Número	Acciones tomadas
<b>Represalias</b>	0	Del total de denuncias no se han tramitado denuncias con esta tipología.
<b>Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal</b>	1 (*)	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 fundada</li> </ul>
<b>Denuncia - Temas laborales con connotación ética (Trabajo seguro y saludable, condiciones de trabajo, etc.)</b>	28 (*)	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 fundada</li> <li>• 9 infundadas</li> <li>• 13 cerradas por falta de información</li> <li>• 5 en trámite</li> </ul> Respecto al caso fundado se tomó la siguiente acción: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retroalimentación / Feedback</li> </ul>
<b>Denuncia - Violación de confidencialidad</b>	1 (*)	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 fundada</li> </ul> Respecto al caso fundado se tomó la siguiente acción: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suspensión</li> </ul>
<b>Violencia en el lugar de trabajo (violencia física o amenazas contra la integridad de las personas)</b>	2 (*)	Del total de denuncias se obtuvo lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 infundada</li> <li>• 1 cerrada por falta de información</li> </ul>

En el 2022 no se registraron denuncias por discriminación. Por otro lado, de las 183 denuncias recibidas, 127(\*) fueron consideradas denuncias relacionadas a los derechos humanos. (GRI 406-1)

## 2.4.2 Anticorrupción

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.

Además del Código de Ética, contamos con el Reglamento Interno de Trabajo, Política de Prevención de Delitos y Política Antisoborno, las que promueven el compromiso de nuestros/as asesores/as en la lucha contra la corrupción. Asimismo, declaramos públicamente nuestro apoyo contra la corrupción dentro de los marcos legales, internacionales y regionales.

Nuestro Modelo de Prevención de Delitos integra la Política de Prevención de Delitos, un oficial de Cumplimiento —rol que recae en la gerente legal—, la Matriz Integral de Riesgos y capacitaciones sobre dicho modelo. Por otro lado, con el fin de garantizar la transparencia en el proceso para realizar donaciones, nos regimos por la Política de Donaciones.

Cada año desarrollamos campañas para promover las buenas prácticas, además, fortalecemos nuestra comunicación a través del Código de Ética y el Canal

de Integridad. Contamos con un área Legal que nos asesora y brinda información para prevenir y comunicar oportunamente normas, así como soporte en casos de corrupción.

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

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

(GRI 205, 3-3)

Operaciones evaluadas con respecto a riesgos relacionados con la 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 Personas, las cuales constituyen más del 40 % de la compañía. Consideramos que no tenemos riesgos residuales altos sobre el tema de anticorrupción, sino riesgos residuales medios (cuatro) y bajos (seis).

(GRI 205-1)

## Capacitación en Modelo de Prevención

2022		2021	
N° de asesores/as capacitados/as	% de capacitación	N° de asesores/as capacitados/as	% de capacitación
Público objetivo: 125	● 80.64 %	226	2.36 %
Adicionales: 14	● 89.67 % (c/adicionales)		

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.

(GRI 205-2)

En el año 2022 no se identificaron casos de corrupción vinculados a funcionarios públicos.

(GRI 205-3)

### 2.4.3 Respeto a la competencia

Mantenemos un compromiso de cumplimiento y cuidado de la libre competencia.

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

Nuestra actitud está inspirada en la lealtad y el respeto que tenemos hacia nuestros competidores y clientes, a quienes aseguramos que no participamos directa o indirectamente en ningún acto que pueda impedir, restringir o entorpecer la libre competencia.

(GRI 206, 3-3)



A través de nuestro Canal de Integridad, nuestros/as asesores/as y proveedores pueden reportar casos contra la libre competencia. Asimismo, anualmente, evaluamos el compromiso de la libre competencia a través de auditorías. Durante el año 2022 no se presentaron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas o la libre competencia.

(GRI 206-1)

## 2.4.4 Cumplimiento regulatorio

Respetamos y cumplimos la normativa legal vigente en todos los aspectos que nos competen como empresa.

Con respecto a la protección del ambiente, tomamos acciones desde la apertura de nuevas tiendas hasta la implementación o remodelación 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.

Cumplimos con la regulación fiscal que nos aplica. No hacemos uso de estrategias para evitar el pago de impuestos o realizar transferencias del valor creado a jurisdicciones de bajo impuesto o paraísos fiscales.

Durante el periodo 2022, no se registraron incumplimientos a la legislación (económica, social, ambiental).

(GRI 2-27)

## 2.4.5 Relacionamiento con funcionarios públicos

La empresa tiene un compromiso estricto con la no contribución a partidos políticos y, del mismo modo cuenta con los siguientes procedimientos de atención a funcionarios públicos en caso fuese necesario:

- 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.

(GRI 2-15)

En el 2022 no hemos realizado contribución alguna a partidos o representantes políticos.

Por otro lado, el Código de Ética establece que los/as asesores/as deben desarrollar actividades políticas (si lo desean) fuera del horario y lugar de trabajo. En ese sentido, no pueden usar su cargo, puesto o activos de la empresa para estas actividades.

## 2.5 Gestión de riesgos

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

Al cierre del año 2022 se identificaron 531 riesgos. Se priorizó la gestión de cinco riesgos altos, 151 fueron evaluados como medios y 375 como bajos.

### Gobernanza de la gestión del riesgo

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

### COMITÉ DE RIESGOS Y CUMPLIMIENTO



- Sesión bimestral



- **Participan:** gerente general, gerenta de Administración y Control de Gestión, gerenta legal, gerente de Operaciones, gerente de Cadena de Abastecimiento, gerente de Sistemas, gerenta de Retail Digital, gerente de Contraloría, gerenta de Personas y Sostenibilidad, gerente Comercial y subgerenta de Seguridad Física.



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



## La Matriz Integral de Riesgos

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

### CONFORMADA POR SEIS MATRICES DE RIESGO EN:

- Seguridad de la información
- Cumplimiento
- Personas
- Financieros
- Crédito
- Operacionales
- Cambio climático

### PRINCIPALES CATEGORÍAS DE RIESGO:

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

### DIMENSIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO POTENCIAL DEL RIESGO

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

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

### REPORTE

Expuesto de manera bimestral al gerente general por los miembros del Comité ejecutivo (gerentes de primera línea); cada gerente (dueño del riesgo) expone sus matrices, detallando sus riesgos y controles. Conforme al modelo de gestión de riesgos, ellos forman parte de la primera línea de defensa.

# 2. Gobierno Corporativo

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

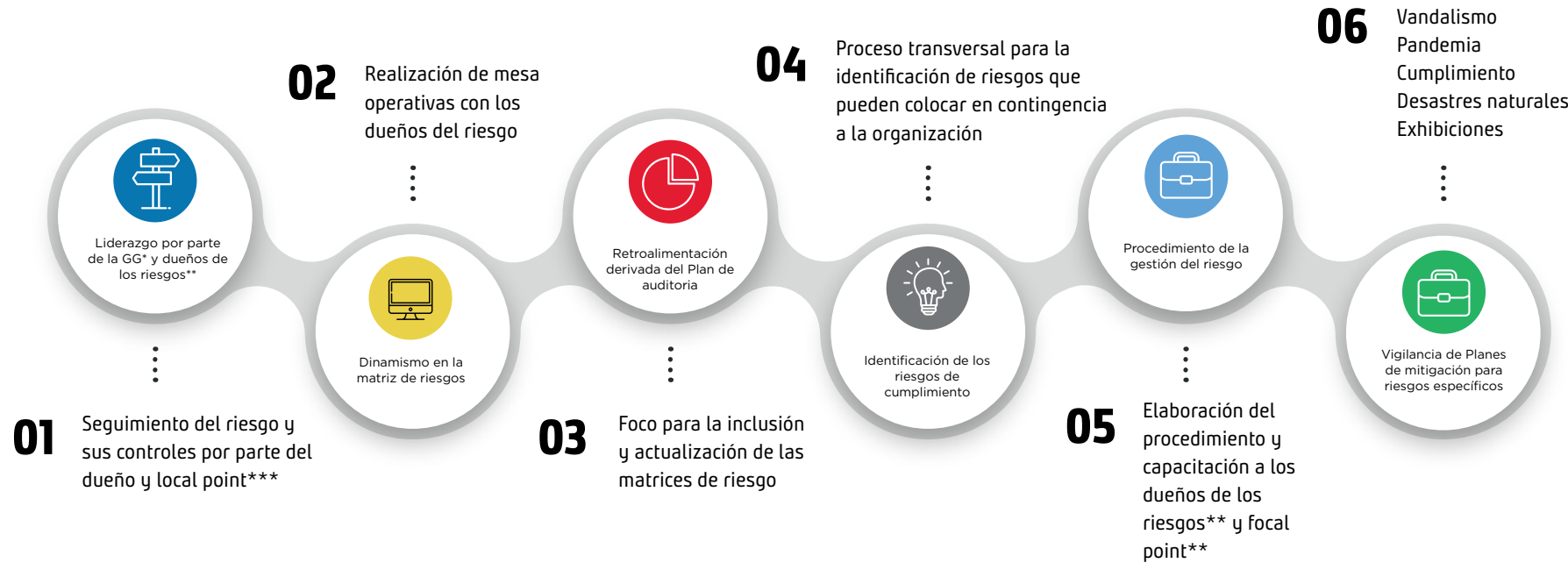
4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

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



(\*)Gerencia General

(\*\*)Dueño del riesgo: Gerente del negocio

(\*\*\*)Focal point: Responsables operativos de actualizar la matri

- Continuamos con la mejora continua del modelo de gestión de riesgos, implementando herramientas digitales que permiten tener visibilidad en tiempo real de la gestión.
- Desplegamos la gestión de riesgos a niveles de tienda, evaluando riesgos específicos y transversales.
- Adoptamos la metodología SOX como estándar corporativo en todas las unidades de negocio.

## 2.6 Derechos humanos

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 a través de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, establecidos en nuestro compromiso frente a ellos.

Nuestro Canal de Integridad considera también la atención a consultas y reclamos sobre derechos humanos, el cual está puesto a disposición de los/as asesores/as, directores de la empresa o terceros (clientes/as, proveedores/as y/o accionistas). Las consultas y reclamos recibidas durante el 2022 se indican en la sección 3.4 Ética y cumplimiento.

(GRI 2-23) (GRI 2-24) (GRI 2-25)



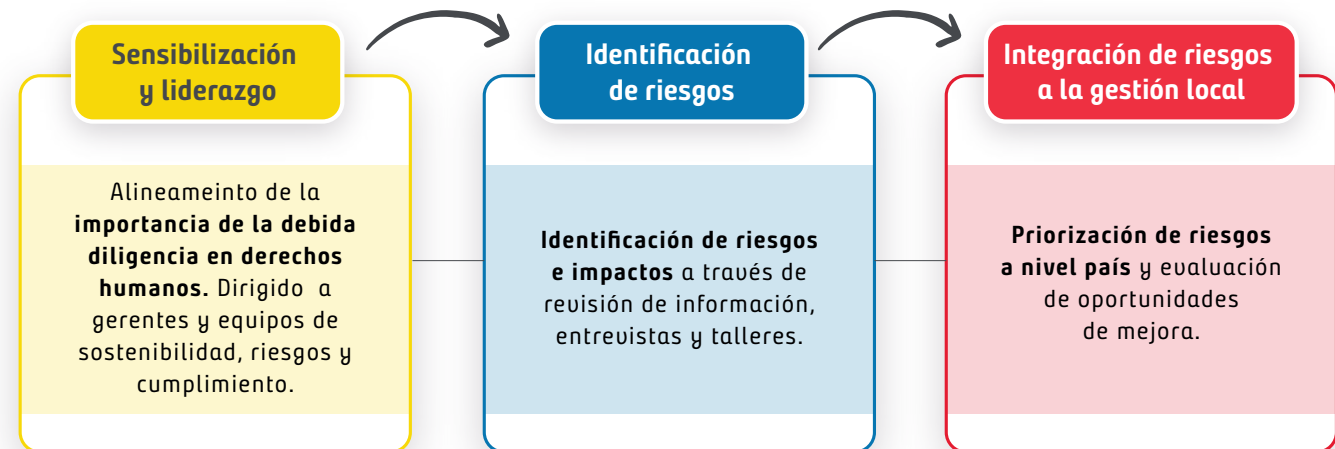
### Debida diligencia en derechos humanos

Durante el 2022 desarrollamos un proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos a nivel regional, con la participación de las filiales de Perú, Chile, Argentina, Brasil y México. En nuestro país, el proceso tuvo un alcance general, considerando a la Oficina de Apoyo, tiendas en Lima y provincias y Centro de Distribución.

El objetivo fue la mejora continua de nuestra operación, enfocado en la identificación de riesgos. Para ello, utilizamos los Principios

Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Guía de la OCDE de debida diligencia para una conducta empresarial responsable como marcos de referencia.

El proceso se llevó a cabo en tres etapas:







Como resultado, reconocimos como grupos vulnerables a los/as asesores/as, proveedores, comunidad, clientes/as y medioambiente. Entre los principales temas identificados, podemos citar: salud y seguridad de asesores/as y clientes/as, incluido seguridad física (security), atracción y retención de talentos, capacitación interna, condiciones laborales internas y de contra cceso y privacidad) y mecanismos de reclamo.

A raíz de este proceso, hemos adoptado los siguientes compromisos:

- Asegurar que los líderes de la empresa comprendan la importancia de respetar la debida diligencia en Sodimac y Maestro.
- Evaluar la gestión de los riesgos para identificar oportunidades de mejora.
- Ejecutar el plan de acción para el 2023.

Elegimos a las áreas de Sostenibilidad y Riesgos como responsables de realizar el seguimiento a los compromisos adoptados.

Desarrollamos en total, 15 horas de capacitación en derechos humanos y esperamos incrementar el alcance durante el 2023.

(GRI 2-24) (GRI 2-25)

## 2.7 Libertad de asociación y negociación colectiva

Buscamos el diálogo y la comunicación constante con nuestros/as asesores/as, quienes son fundamentales para nuestra operación.

Somos conscientes del impacto positivo que genera el dialogo social en nuestro equipo, por lo que buscamos contar con instancias de diálogo permanente y hacer partícipes a nuestros/as asesores/as de las decisiones que toma la compañía, así como de los impactos negativos como la falta de interlocutores que los representen o espacios de reunión en donde traten sobre la protección de los derechos laborales.

Contamos con diferentes y efectivos canales de comunicación que fueron citados en la sección 2.5 Relación con los grupos de interés.

Por otro lado, un punto de suma importancia es que nuestra Política de Sostenibilidad declara nuestro compromiso hacia el respeto de la libertad de asociación y negociación colectiva: (GRI 407, 3-3)

- Número de sindicatos: 1.
- Número de asesores/as sindicalizados/as: 123.
- Convenios de negociación colectiva: al momento, se encuentra en proceso de negociación el primer convenio colectivo.
- Asesores/as cubiertos que estarían bajo el convenio colectivo: 1.52 %

Evaluamos este aspecto anualmente, a través de nuestros mecanismos de auditoría interna. (GRI 2-30)



# Clientes



.3



# 3. Clientes

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Nuestros clientes son el centro de la operación. Por ello buscamos identificar sus necesidades de forma inteligente y efectiva a través del análisis de data y el uso de tecnología, teniendo como objetivo crear experiencias de comprar diferenciadas y eficientes.

## Cliente Pro:

Buscamos contribuir a la propuesta de valor de nuestro cliente profesional, para lo cual nos enfocamos no solo en darle una asesoría experta según sus requerimientos, sino también en brindar capacitación continua y dar herramientas para contribuir a su desarrollo. Este año, contamos con las siguientes iniciativas:

- Gran Feria de la Capacitación: plataforma de encuentro y aprendizaje que contó con más de 52,000 nuevos registros y 26,000 personas conectadas al evento.
- Construye Bien: programa en el que impulsamos la capacitación en técnicas correctas de construcción y el uso de los productos adecuados, con el fin de promover construcciones seguras.
- Capacitaciones Digitales: plataforma web de capacitación. Obtuvimos más de 500,000 visitas con un total de 250 capacitaciones dictadas por nuestros principales proveedores.

- Círculo de Especialistas: programa de fidelización que cuenta con más de 190,000 participantes. Buscamos satisfacer sus necesidades profesionales para posicionarnos como sus socios y ofrecerles disponibilidad, calidad y garantía de las mejores marcas, espacios de experiencia, servicios, precios y una propuesta de atención rápida y personalizada en los módulos Maestrato.
- Día del Constructor: evento de capacitación y festejo con más de 9,000 inscritos.

## Cliente Hogar:

Para nuestro cliente hogar, el foco está en ofrecer asesoría alineada a las nuevas tendencias de decoración y mejoramiento de espacios, así como precios competitivos, variedad de productos y servicios complementarios que cumplan con sus expectativas. Este año:

- Plataforma Decolovers, un paquete estructurado de contenidos didácticos, divertidos y multiplataforma que combinan a expertos en decoración con perfiles entretenidos y cercanos a nuestro consumidor.
- Potenciamos nuestros proyectos de cocina y baño a través de la asesoría personalizada de nuestros diseñadores en el showroom de pisos, complementándolos con iniciativas como servicio a medida de cortinas, rollers

o persianas, armado de muebles, mantenimiento e instalación de aire acondicionado, etc.

- 24 catálogos digitales que impulsan nuestra oferta comercial y campañas 360°, los cuales han logrado 1.6MM de vistas con un promedio de siete minutos de permanencia de los usuarios.

(GRI 2-6)

## 3.1 Experiencia del cliente

Como parte de nuestra estrategia omnicanal, seguimos potenciado nuestras tiendas físicas e implementado mejoras en nuestros canales de venta a distancia. Todo esto con un solo objetivo: brindar la mejor experiencia de compra.

Nuestras tiendas cumplen el rol de generar una operación de excelencia y eficiencia durante todo el viaje del cliente, garantizando la mejor experiencia omnicanal y digital, a través de la inspiración, experimentación, asesoría especializada, sobre todo, para proyectos grandes y complejos. Contamos con nodos logísticos que aseguran la entrega de los pedidos en la fecha indicada, completos y en buenas condiciones, brindando servicios de entrega y retiro express para el profesional y grandes empresas,

así como servicio de posventa de calidad como parte de una red integral.

Partiendo de este enfoque, durante el 2022:

- Implementamos exhibiciones de impacto e inspiración en zonas estratégicas de la tienda, como nuestras nuevas zonas de pisos y matizados. Inauguramos diez salas de exhibición Premium con asesoría especializada en nuestras tiendas.
- Fortalecimos la experiencia omnicanal en las tiendas enfocada en la digitalización: cajas de autopago y pantallas digitales para inspirar e informar, turneros para disminución de colas en distintas zonas de la tienda, entre otros.
- Tuvimos el lanzamiento de Falabella.com. El Marketplace que consolida todas las marcas del Grupo Falabella y que apunta a ser el más grande de Latinoamérica, siendo una experiencia de compra amigable, simple, segura y con una logística de entrega flexible. Actualmente la venta Falabella.com representa el 38 % de nuestra venta a distancia.
- Fortalecimos nuestros despachos para llegar a más puntos de cobertura.
- Para nuestro cliente profesional, desarrollamos una experiencia de compra que prioriza la rapidez, el trato cercano y atención experta, a través del módulo Maestrato.



# 3. Clientes

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

- Contamos con un crecimiento sostenido en el canal de Venta Empresas, contando con una fuerza de ventas técnica especializada acorde a las necesidades del negocio, el financiamiento a través de líneas de crédito y el enfoque en la digitalización de procesos, generando eficiencias en la operación de nuestros clientes.

Nuestro principal indicador de la experiencia del cliente es el NPS, que mide el nivel de recomendación/lealtad que tienen nuestros clientes. A pesar de la coyuntura de los primeros meses del año debido a la 4ta ola del COVID-19), redujimos la brecha entre el resultado y la meta planteada para el año 2022 y mejoramos en 0.4 puntos con respecto al 2021.

Satisfacción del cliente	2022	2021
NPS	54.7	54.3

A partir de los resultados obtenidos:

- Desarrollamos planes de acción, enfocados por atributos, con tiendas de alto impacto.
- Desarrollamos videos y tips de buenas prácticas implementadas por gerentes de Tienda.
- Relanzamos acciones como el miércoles de Mi Cliente

con nuevas actividades, lanzamos el programa de reconocimiento a los/asesores/as enfocado en la amabilidad, implementamos nuevas caminatas para ventas y caja y reportes especializados para reforzar el impacto que generamos.

Finalmente, otro resultado importante fue capturar mayor cantidad de encuestas de nuestros clientes, logrando incrementar en 80 % nuestras respuestas en Medallia, y así poder armar planes de acción más estructurados.

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

Reclamos	2022	2021	2020
Libro de Reclamaciones (físico y online)	11,879	11,595	37,017

### Privacidad de datos de los clientes

Contamos con una Política de Privacidad, publicada en nuestra página web, a través de la cual nos comprometemos a respetar los principios establecidos en la normativa de protección de datos personales vigente. Estos principios comprenden el principio de legalidad, consentimiento,

finalidad, proporcionalidad, calidad, seguridad, disposición de recurso y nivel de protección adecuado. (GRI 418, 3-3)

En el 2022 no se registraron incidentes, reclamos ni denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información. (GRI 418-1)

## 3.2 Salud y seguridad del producto

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

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

Evaluamos nuestros procesos de gestión de la calidad del producto y proveedores de forma mensual y anual respectivamente a través de indicadores locales y corporativos. (GRI 416, 3-3)



# 3. Clientes

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Gestión de calidad en la cadena de suministro

01

### Evaluación de proveedor y producto

- Negociación (condiciones de calidad de productos)
- Autoevaluaciones y auditorías de fábrica
- Testeo o ensayo
- Especificaciones técnicas

02

### Validación técnica

- V°B° creación de productos nacionales
- Orden de compra / PO
- Certificación de productos
- Inspección de productos importados

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

04

### Mejora continua

- Atención de reclamos
- Soporte técnico
- Mejora continua (reclamos, CRM+NC+Merma+BV+SSTT)

03

### Procesos en Centro de Distribución y tiendas

- Recepción en CD
- Recepción en tiendas
- Venta física/digital



(GRI 416, 3-3)

# 3. Clientes

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

En el 2022 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. (GRI 416, 3-3)

## Autogestión: Visto bueno de Control de Calidad antes de la codificación de productos regulados (sensibles)

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

Con este control inicial podemos validar los documentos técnicos, ejemplo de ellos son las fichas técnicas, los certificados, los testeos o ensayos de productos, las hojas de seguridad, entre otros.

Inicio de medición	1 de enero del 2022
Fin de medición	31 de diciembre del 2022
CLACOM asignadas como “SENSIBLES” (al proceso de V°B° de control de calidad)	267 CLACOM
SKU (código de productos) No Marketplace ni Venta en Verde	7,089
SKU con requerimiento de aprobación por control de calidad (local + corporativo)	968
SKU aprobados por control de calidad local (Perú)	552
% SKU aprobados frente a SKU creados	8%

Durante el 2022 creamos 7,089 productos (no Marketplace ni Venta en Verde), de los cuales validamos como Control de Calidad 552 productos sensibles nacionales, cubriendo un 8 % respecto del total. Desde nuestra área de Control de Calidad Corporativa se validaron también la creación de 416 productos sensibles importados.

## Inspecciones de productos a proveedores extranjeros

Como parte del control calidad en nuestros productos importados, gestionamos la ejecución de inspecciones tercerizadas con empresas inspectoras internacionales corporativas especializadas en el rubro; dichas empresas realizan el levantamiento de la información técnica de los productos que se van a comprar; 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, funcionamiento, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

En el 2022 importamos inventarios valorizados en USD 147 MM, de los cuales un inventario de USD 69 MM tuvo inspección, asegurando de esta manera el 47 % de nuestro inventario importado con este proceso a través de 2,196 inspecciones realizadas.

(GRI 416-1)

## 3.3 Ética publicitaria

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 Sodimac y Maestro con el proveedor, se mencionan 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. (GRI 417, 3-3)



# 3. Clientes

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

El etiquetado de los productos manufacturado requiere de la siguiente información en idioma castellano y de forma clara, precisa y legible:

- Nombre o denominación del producto.
- País de fabricación.
- Si el producto es perecible:
  - a. Fecha de vencimiento
  - b. Condiciones de conservación
  - c. Observaciones
- Condición del producto en caso se trate de un producto defectuoso, usado, reconstruido o remanufacturado.
- Contenido neto del producto expresado en unidades de masa o volumen, según corresponda.
- En caso de que el producto contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.
- Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador, envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como su empleo cuando estos sean previsibles.
- El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario cuando sea aplicable.

(GRI 417-1)

## Incumplimientos relacionados con clientes 2022

Se presentaron doce casos de amonestaciones relacionadas a la falta al deber de idoneidad; todos concluidos y con resolución final en el 2022, según el siguiente detalle:

N°	Número de casos	Descripción del hecho
1	51	Idoneidad del producto/servicio
2	4	Demora en entrega
3	2	Incumplimiento de gestión de extorno
4	1	Falta de entrega

(GRI 417-2) (GRI 417-3)

En el 2022 no se registraron incidentes, reclamos ni denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información. (GRI 418-1)





# Proveedores

.4



# 4. Proveedores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Vincularnos con nuestros proveedores constituye una puerta abierta a la generación de impactos positivos, tales como establecer nuevas posibilidades de negocio, fomentar el fortalecimiento de su gestión o establecer espacios de diálogo. Asimismo, sabemos que su crecimiento, desarrollo, capacitación y diversificación de productos, nos ayuda seguir creciendo como empresa, ofreciendo mejores productos y servicios a nuestros clientes.

Para continuar potenciando nuestros impactos positivos y a la vez, minimizar los impactos negativos que puedan generarse con nuestros proveedores como aliados estratégicos, hemos implementado una serie de acciones enfocadas a hacer que su gestión sea cada vez más sostenible.

## 4.1 Cadena de aprovisionamiento

En el marco de la política de cadenas de suministro responsables es fundamental que nuestros proveedores cuenten con buenas prácticas laborales, un ambiente adecuado de trabajo, el uso efectivo de elementos de seguridad y el respeto por las normas nacionales y acuerdos internacionales en materia laboral.

Nuestra cadena de aprovisionamiento está compuesta por:

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

**Proveedores de mercadería:** integrado por proveedores nacionales e internacionales que nos proporcionan la mercadería para su comercialización en nuestras tiendas.

Tipo de proveedor	2022		2021		2020	
	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)	Cantidad de proveedores	Monto adquirido (S/)
Proveedores internacionales	471 45.7%	803,792,672	500 44%	1,110,896,756	469 40%	388,535,690
Proveedores nacionales	560 54.3%	2,057,456,187	637 56%	2,197,652,358	708 60%	1,435,529,626
<b>TOTAL</b>	1031	2,861,248,859	1137	3,308,549,114	1177	1,824,065,316

Siendo la proporción de gasto en proveedores nacionales del 72 %.  
(GRI 2-6) (GRI 204, 3-3) (GRI 204-1)



# 4. Proveedores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 4.2 Gestión sostenible de proveedores

### Programa Sedex

Somos miembros de Sedex, una organización de membresía internacional que proporciona una plataforma con una herramienta de evaluación en temas de sostenibilidad hacia nuestros proveedores, permitiéndonos gestionar el riesgo en la cadena de suministro. Esta plataforma permite a los miembros almacenar, compartir y generar informes sobre cuatro áreas claves: normativas laborales, seguridad y salud en el trabajo, medioambiente y ética comercial.

El proceso abarca desde autoevaluaciones (SAQ) a proveedores en plataforma hasta auditorías SMETA en caso fueran necesarias. El SAQ recopila información sobre el perfil de la fuerza laboral y los sistemas de gestión, brindando una oportunidad para que los mismos proveedores realicen un análisis de brechas y propongan mejoras en sus condiciones de trabajo. Por otro lado, SMETA es un procedimiento de evaluación que recopila

buenas prácticas en la técnica de auditoría ética e incluye cuatro módulos con los temas tratados por Sedex.

Para fortalecer los procesos, en el 2022 se sumó una nueva metodología de control a las dos ya mencionadas llamada Seguimiento SAQ, la cual consiste en realizar el monitoreo de observaciones no críticas ni necesarias de auditar y que fue aplicada en los procesos de autoevaluación SAQ a proveedores.

### Proveedores evaluados

Proveedores locales	Metas corporativas para Perú	Resultados 2022	% avance
Por autoevaluar	16	7	38%
Por auditar bajo SMETA	7	5	71%
Seguimiento SAQ	11	4	36%
<b>Total proveedores evaluados</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>----</b>

### Autoevaluación de gestión de calidad

Gestionamos nuestro proceso de autoevaluación de Gestión de Calidad, el cual nos permite conocer las prácticas de nuestros proveedores locales en cuanto a sus procesos de fabricación, importación, distribución y comercialización de productos (marca propia / no propia). Nuestro objetivo es lograr que nuestros proveedores desarrollen un crecimiento responsable, sustentándose en las mejores prácticas internacionales de Gestión de Calidad con respecto a sus procesos dentro de su cadena de suministro.

De un total de 560 proveedores nacionales con quienes mantenemos relaciones comerciales hemos aplicado esta práctica a 74 proveedores locales activos con autoevaluación de Gestión de Calidad (13%). Nuestra finalidad es llegar a cubrir el 100%.

### Impactos identificados durante los procesos de evaluación 2022

Tipo de auditoría	Proveedores locales evaluados	Con impactos negativos ambientales	Con impactos negativos sociales
Autoevaluación Sedex	6 (involucra temas sobre impactos ambientales y sociales)	3 proveedores (comprobado con auditoría)	1 proveedores (comprobado con auditoría)
Auditoría SMETA	7 (involucra temas sobre impactos ambientales y sociales)		
Autoevaluación de Gestión de Calidad	70 (involucra temas sobre impactos ambientales y sociales)		
<b>Total</b>	83 proveedores evaluados en temas sobre impactos ambientales y sociales		

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

# 4. Proveedores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Durante el 2022, evaluamos al 15 % de nuestros proveedores nacionales, quienes representan el 8 % de nuestros proveedores totales. 5 % de los proveedores evaluados fueron considerados proveedores con riesgos ASG y 6 % de los proveedores evaluados fueron auditados.

(GRI 308, 3-3) (GRI 308-1) (GRI 414, 3-3) (GRI 404-1)

## 4.3 Iniciativas con proveedores

Nuestro compromiso con la sostenibilidad, enfocada en una estrategia transversal, busca generar valor compartido entre nuestra empresa y nuestros grupos de interés, dentro de los cuales, destacamos a los proveedores como aliados estratégicos de nuestra cadena de valor y con quienes buscamos desarrollar relaciones de confianza y de largo plazo. Estamos comprometidos con su desarrollo, por lo que, junto a ellos, trabajamos a partir de tres frentes:

- Gestión sostenible de proveedores (con buenas prácticas de adquisición y creando capacidades para ampliar las oportunidades de negocio).
- Satisfacción de proveedores con relaciones mutuamente beneficiosas.
- Impulso del emprendimiento local.

### Juntos/as Construimos Sostenibilidad

Este programa de desarrollo de proveedores que busca fortalecer el alineamiento hacia nuestras prácticas ASG. Realizamos un ciclo de capacitaciones dirigidas hacia nuestros principales proveedores de servicio (limpieza, seguridad, logística) y enfocado en el alineamiento de nuestras prácticas de sostenibilidad. Este programa contó con dos ejes estratégicos:

**Juntos/as Construimos Sostenibilidad**  
PROGRAMA DE DESARROLLO A PROVEEDORES

**Ciclo de Desarrollo**  
**Equidad de Género**  
Eje 2: Alineamiento de Prácticas ASG

<b>¿Cuál es el objetivo de esta capacitación?</b> Conocer los principales conceptos y su aplicación en Sodimac y Maestro.	<b>¿Qué conocerás?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Qué es la equidad de género?</li><li>• ¿De qué manera puede aplicarse en mi trabajo y mi vida personal?</li></ul>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Ana María Flores**  
Coordinadora de Consultoría en AEQUALES  
Miércoles 30 de noviembre | Hora: 6:00 p.m.  
Lugar: Zoom

SODIMAC MAESTRO

- **Eje 1:** Dirigido a líderes de las empresas, buscando compartir prácticas y herramientas que contribuyan al desarrollo sostenible de los negocios.
- **Eje 2:** Dirigido al personal de las empresas de servicios que operan en nuestras tiendas, con el objetivo de mostrar casuística y conceptos que permitan el alineamiento de con nuestras prácticas ASG. Para el eje 2, tuvimos un alcance de +500 participantes en nuestras 3 capacitaciones.

### Creemos Juntos

Los emprendimientos, las MYPE y PYMES se encuentran entre los motores de la reactivación económica más importantes de nuestro país. Por ello, buscamos fomentar su desarrollo con un enfoque de sostenibilidad a través de la capacitación y el reconocimiento de empresas que abordan desafíos sociales y ambientales importantes para el país.

Desde el 2021 decidimos darle forma a este compromiso a través del programa Creemos Juntos, dirigido a fomentar el desarrollo sostenible de estas empresas, contribuyendo al crecimiento de la formalidad en el país.

Las empresas participantes cuentan con beneficios que les permiten seguir creciendo y fortaleciendo su propuesta de valor tales como:

- Exposición de los productos en las tiendas.
  - Presencia destacada en web y canales digitales.
  - Paquete de comunicación (redes sociales, mailings, SMS, branding).
  - Asesorías de relaciones públicas y charlas con expositores externos en temas de recursos humanos, economía, equidad, marketing y publicidad.
  - Programa de mentoría comercial.
- Cerramos el 2023 con +15 empresas participantes del programa, las cuales recibieron +10 horas de capacitación durante el año.

# 4. Proveedores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Desafío Kunan

Buscando incrementar el alcance de Crecemos Juntos, este año auspiciamos la categoría: 'Construyendo Juntos' del Desafío Kunan, con la que buscamos identificar e impulsar emprendimientos sociales, a nivel nacional, que desarrollen y comercialicen productos para el hogar o que promuevan la construcción sostenible, fomentando la generación de condiciones dignas de vivienda y evidenciando buenas prácticas sociales, ambientales o de derechos humanos en su gestión.

Durante el proceso de selección y evaluación, contamos con un pool de especialistas de renombre en el Comité Técnico Evaluador, el cual estuvo conformado por el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, la Asociación de Emprendedores Peruanos (ASEP) y TECHO-Perú.

El emprendimiento Bio Natural Solutions fue el ganador. Su propuesta brindó soluciones de limpieza para el hogar con poderes de desinfección y propiedades bactericidas sin usar químicos como cloratos y sulfatos. El producto, desarrollado a partir de una tecnología patentada peruana y certificada por Digesa, se fabricó mediante el aprovechamiento de residuos orgánicos agroindustriales, que tienen un impacto menor en el medioambiente y en los consumidores.





# Asesores

.5





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Buscamos generar un impacto positivo en todo nuestro equipo, generando motivación y sentido de pertenencia al ofrecer condiciones laborales justas, propiciando la igualdad y fomentando la diversidad, logrando su desarrollo a través de la capacitación.

## Nuestro equipo en cifras

### Asesores y asesoras 2022

Mujeres  
43%



Hombres  
57%

### Asesores y asesoras 2021

Mujeres  
42%



Hombres  
58%

Al finalizar el 2022 contamos con 8,016 asesores/as, de los cuales, el 43 % son mujeres y el 57 % son hombres. La proporción es cercana a la obtenida en el 2021.

(GRI 2-7)

## Asesores/as por tipo de jornada y sexo - 2022

### Jornada parcial

396 754

### Jornada completa

4,200

2,666

0 1,000 2,000 3,000 4,000 5,000 6,000 7,000 8,000

■ Hombres ■ Mujeres



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

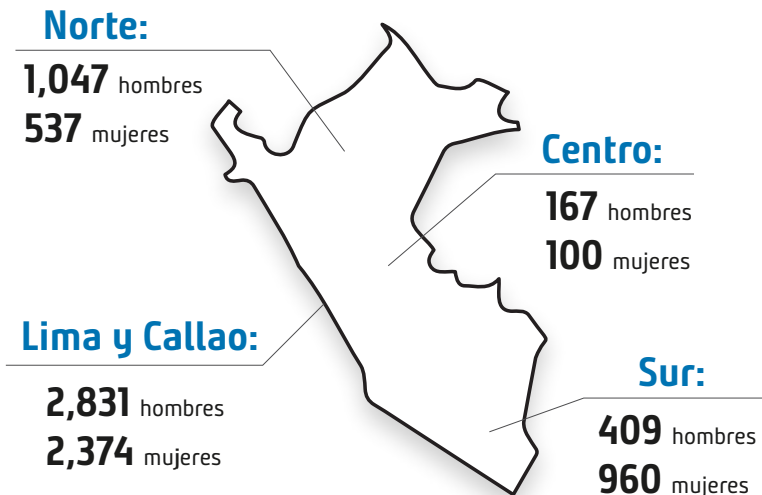
4 Proveedores

5 Asesores

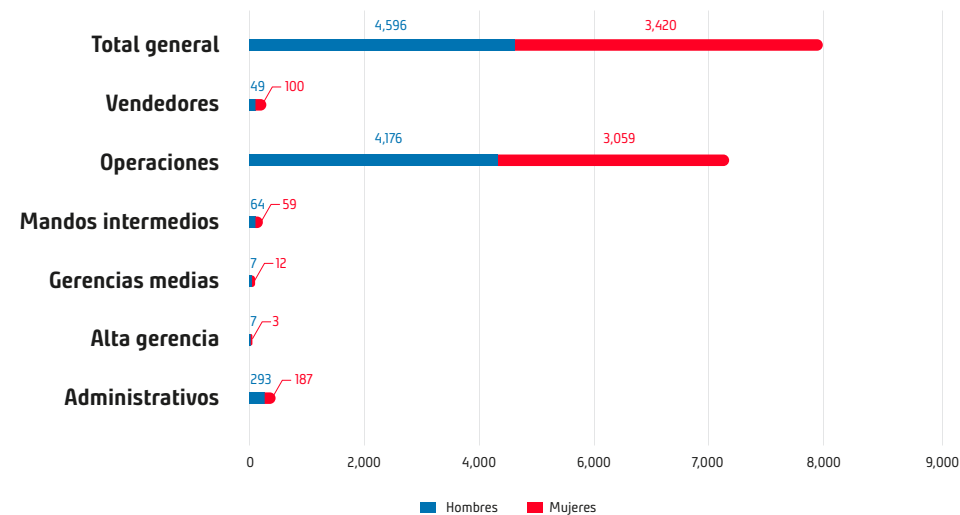
6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Asesores/as por región y sexo - 2022



## Asesores/as por categoría laboral y sexo - 2022



La información demográfica detallada se encuentra en el Anexo 2.

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

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

(GRI 2-7)





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 5.1 Gestión del talento

### 5.1.1 Empleo

Nuestro proceso de reclutamiento y selección es un proceso objetivo, transparente, dinámico, y 100 % digital. En nuestro proceso validamos y evaluamos perfiles que demuestren que nuestros/as futuros/as asesores/as van a sentirse a gusto siendo parte de nuestro equipo, viviendo la cultura de la compañía enfocada en hacer realidad nuestro propósito "Simplificar y disfrutar más la vida". Nuestro líderes se encuentran capacitados en el uso de las herramientas digitales y en la metodología de entrevista por competencias para que el proceso de selección sea efectivo.

Simplificamos los pasos y realizamos un proceso eficiente y descentralizado, que llega a todas nuestras unidades de negocio:

Hemos incorporado en nuestras evaluaciones de caso de negocios y Assessment Center, metodologías ágiles donde desafiamos a nuestros candidatos/as a resolver los casos de negocio de manera grupal e individual utilizando Desing Thinking.

Nuestro proceso de selección es parte de nuestra cultura diversa e inclusiva, evidencia de ello es que buscamos eliminar sesgos y reducir las brechas generacionales y de género con dos acciones principales:

- Proceso de revisión de CV semiciego, donde los involucrados en el proceso de selección toman las decisiones considerando la experiencia

#### Proceso de selección interno

Rotación proactiva entre tiendas

Publicación de concurso interno con link de pruebas

Descarga de resultados aprobados / aptos

Agenda para dinámica vía virtual

Agenda para entrevista final vía virtual

Inicia plan de entrenamiento

#### Proceso de selección externo

Publicación en bolsas de trabajo con link de pruebas

Descarga de resultados aprobados / aptos

Primer filtro telefónico Hiring Expert

Agenda para dinámica vía virtual

Agenda para entrevista final vía virtual

Inicia proceso de contratación

(GRI 401, 3-3)

# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

laboral del candidato, retirando del CV etnia, edad, sexo, nacionalidad, religión, opción sexual, condiciones médicas, estado civil y foto para reducir así los sesgos inconscientes.

- Contar con una mujer dentro de la terna finalista en procesos ejecutivos. Esto nos ha permitido incrementar el número de mujeres en posiciones estratégicas y fomentar su desarrollo con nosotros.

## Concursos Internos: Portal Muévete y Grupo Escalando

Nos preocupamos por el desarrollo constante de nuestras/os asesoras/os; por ello, contamos con el **Portal Muevete. Falabella.com**, plataforma que promueve la movilidad interna entre todos los negocios del Grupo Falabella y el **Grupo Escalando** en Workplace, donde nuestro equipo tiene acceso a las vacantes dentro de la empresa y todo lo referente a los procesos de selección.

Este año 2022:

- 72 % de las vacantes centralizadas se cubrieron a través de un concurso interno.
- Todas/os nuestras/os asesoras/os recibieron a una reunión de feedback, donde resaltamos sus cualidades y los orientamos en las oportunidades de mejora.
- 19 asesores fueron beneficiados en el programa de movilidad interna entre los negocios del grupo.

- Continuamos con el uso de herramientas digitales en todos nuestros procesos, las cuales se han convertido en nuestro mayor medio de cercanía con los postulantes tanto internos como externos. Para las convocatorias internas hacemos uso del Grupo Escalando en Workplace como medio de comunicación y en el último trimestre iniciamos el uso de muévete.falabella.com para comunicar las oportunidades del Grupo Falabella.

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

Divididos en cuatro dimensiones y dirigidos a todos nuestros/as asesores/as:

- Calidad de Vida: con el propósito de mantener y mejorar la calidad de vida de todos/as nuestros/as asesores/as, nos preocupamos en igual medida para que dispongan de tiempo para su propia familia. Esto les permitirá desarrollarse como personas en primer lugar y luego como colaboradores/as de la empresa.
- Ahorro: presentamos una serie de beneficios que les permitirán disfrutar junto con sus seres queridos.
- Unidos: en esta dimensión tenemos todas las celebraciones que compartimos juntos y con las familias de nuestros/as asesores/as.
- Progreso: consideramos importante el desarrollo profesional y personal.

(GRI 401-2)

## 5.1.2 Presencia en el mercado

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

Nuestra marca empleadora mantiene cuatro atributos que nos hace diferentes, únicos y atractivos como un buen lugar para trabajar:

- Beneficiamos a 7,384 personas a través de nuestro programa Construyendo Juntos/as Empleabilidad, con talleres que potencian sus herramientas para insertarse laboralmente. Logramos la participación de personas con discapacidad y mujeres de poblaciones vulnerables.

Nuestra estrategia		
Propósito	Simplificar y disfrutar más la vida	
Plan estratégico	Talento ágil	
Objetivos	Atraer el mejor talento	Cultura de reclutamiento
Para atraer al mejor talento	Determinar competencias y fit cultural	Entender si podrá desarrollarse en la empresa

# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 4 tributos de marca



### Soñamos en grande

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



### Crecemos en Equipo

Aprendemos, nos sentimos desafiados y estamos creciendo constantemente



### Actuar pensando en los demás

Nuestro trabajo cuida a asesores/as, clientes/as y comunidad



### Estamos Empoderados/as

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

- Nos adecuamos a distintas herramientas digitales para facilitar las entrevistas, modificamos las pruebas virtuales haciéndolas más eficientes en el tiempo de resolución y brindamos feedback a quienes participaron de un proceso, con la finalidad de que conozcan sus fortalezas y oportunidades.
- Nuestro Banco de Talentos de Ejecutivo/a de Venta Empresas contó con 85 asesores/as participantes, el Banco de Talentos Prevención Senior con 256 asesores/as participantes y el Banco de Talentos de Jefe/a de Prevención con 38 asesores/as participantes.
- Nuestro programa Junto a Ti incorporó a personas con discapacidad, teniendo en nuestro equipo 122 asesores/as en las diferentes áreas de la empresa.
- Realizamos la tercera convención de aliados para la empleabilidad de personas con discapacidad, consiguiendo más de 31 instituciones aliadas y beneficiando a más de 153 personas con discapacidad, quienes participaron de tres talleres de empleabilidad.

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.

(GRI 202, 3-3)



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local

Nuestros altos directivos pertenecen a las categorías de alta gerencia y gerencias medias. Contamos con 90 asesores/as que pertenecen a dichas categorías, los cuales provienen de la comunidad local. Esto equivale al 100 % de asesores/as en estas categorías laborales.

(GRI 202-2)

## 5.1.3 Compensaciones

La gestión de compensaciones mantiene un enfoque conservador desde el inicio de la emergencia sanitaria, priorizando la viabilidad del negocio y la seguridad de nuestros/as asesores/as.

Las remuneraciones se definen sobre la base de:

1. Políticas corporativas de compensaciones. Incluye bandas salariales definidas anualmente para cada país, basadas en estudios del mercado salarial y aplicadas por una consultora externa (Mercer).
2. Anualmente se actualiza la estructura salarial para tiendas y Oficina de Apoyo, asignando un código IPE y una banda salarial para cada puesto (metodología Mercer).

3. Las remuneraciones se definen siguiendo las políticas corporativas.
4. Las acciones sobre remuneraciones se ajustan a la política de compensaciones y se revisan en comités que incluyen a la Gerencia de Personas y a la Gerencia General.

Las políticas de remuneración del Directorio y altos ejecutivos (Gerencia general y gerentes de primera línea) son confidenciales y no se definen ni gestionan localmente, sino desde el corporativo.

(GRI 2-20) (GRI 2-19)

El salario mensual mínimo estándar en nuestra empresa es de S/ 1,070 y la diferencia salarial de género por categoría laboral se muestra en el Anexo 2.

## 5.2 Clima y cultura

Somos una empresa comprometida en construir un ambiente de colaboración para nuestro equipo, estableciendo relaciones sólidas basadas en la confianza.

Este año, por primera vez, participamos de la Encuesta de Cultura, una nueva herramienta de escucha que nos permitirá seguir mejorando la experiencia de nuestros/

as asesores/as. Asimismo, por medio de esta herramienta podemos evaluar cómo nos encontramos frente a las demás empresas del Grupo Falabella y realizar mejoras en conjunto para cumplir con el propósito: "Simplificar y disfrutar más la vida".

La encuesta se aplicó dos veces en el año durante los meses de marzo-abril y octubre. Durante la primera edición, participando todos/as las/as. La primera se realizó del 28 de marzo al 10 de abril, contamos con una participación del 79%, mientras que en la segunda incrementamos el alcance al y la segunda se aplicó del 17 al 31 de octubre, donde contamos con una participación del 82% de la organización.



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

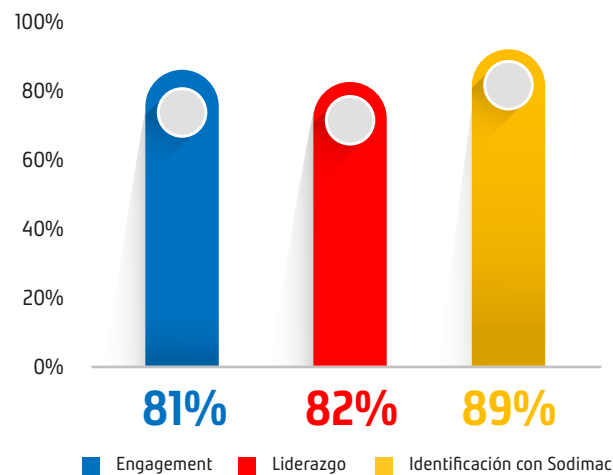
5 Asesores

6 Comunidad

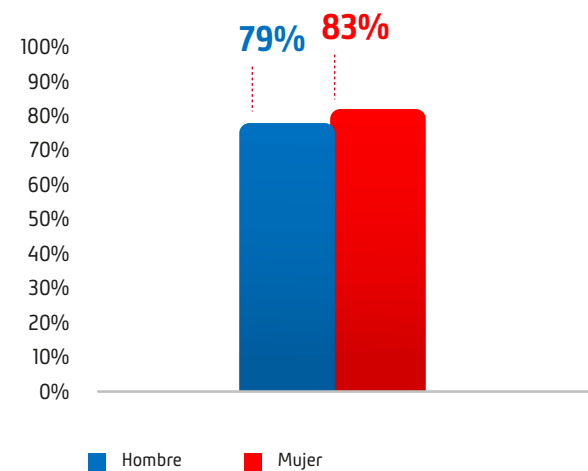
7 Medio Ambiente

## Gestión del talento

Resultados encuesta de cultura



Resultados de la encuesta considerando diferentes criterios de segmentación



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

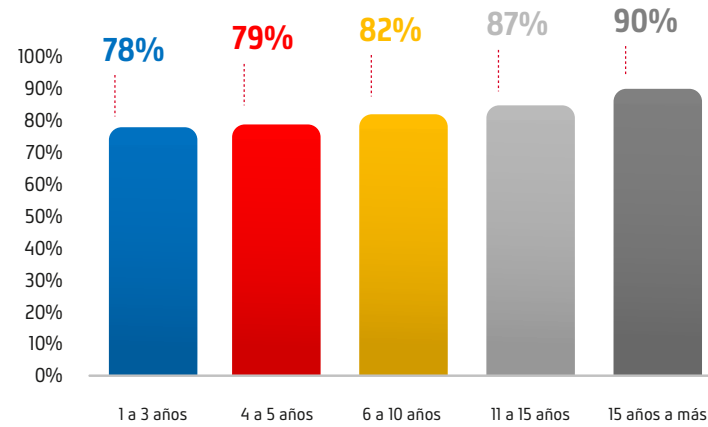
5 Asesores

6 Comunidad

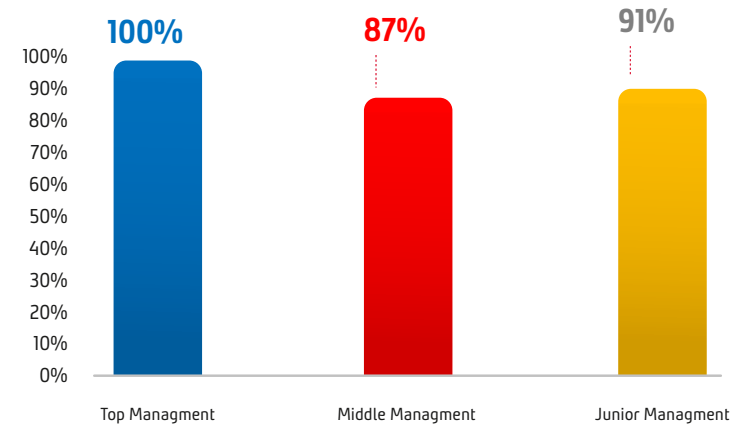
7 Medio Ambiente

## Gestión del talento

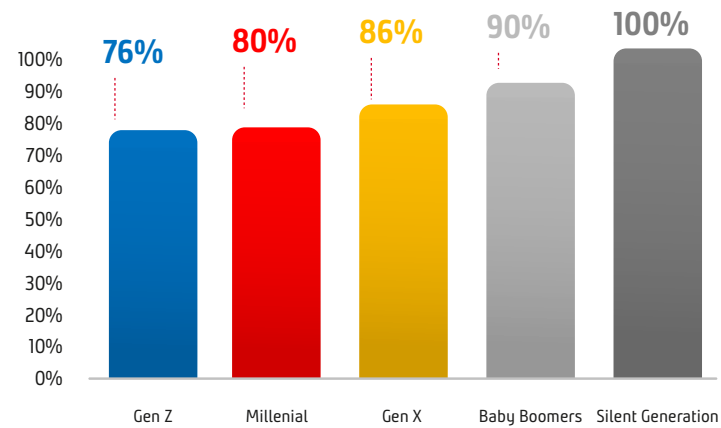
ENGAGEMENT POR TIEMPO DE SERVICIO



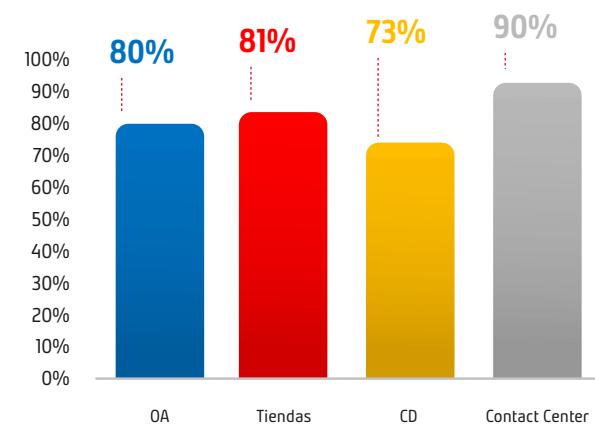
ENGAGEMENT POR POSICIÓN



ENGAGEMENT POR GENERACIÓN



ENGAGEMENT POR SEDE





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

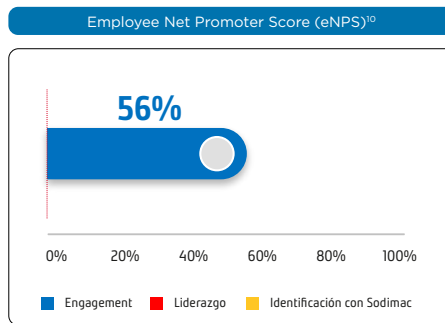
7 Medio Ambiente

Resultados de diversos grupos minoritarios:

- Satisfacción asesores/as PCD: 81 %
- Satisfacción Comunidad LGBTIQ+: 81 %

Resultados de diversos grupos minoritarios:

## Employee Net Promoter Score (eNPS)



- Satisfacción asesores/as PCD: 51 puntos
- Satisfacción Comunidad LGBTIQ+: 60 puntos

### Reconocimiento JUNTOS

Tiene como objetivo motivar a nuestros/as asesores/as a cumplir con los valores corporativos Falabella. Gracias a este programa, premiamos a quienes destacan por alguna conducta o resultado especial que refleje nuestra cultura. Con el reconocimiento JUNTOS contribuimos a generar un ambiente positivo y estimulante que promueva la productividad y eficiencia.

Además, identificamos las ideas innovadoras y ágiles, reforzando la importancia de la relación con nuestros clientes, visibilizando el liderazgo y el empoderamiento en cada uno de nuestros/as asesores/as. Tiene frecuencia bimensual (tiendas), trimestral (Oficina de Apoyo) y anual.

Género	Número de reconocidos Oficina de Apoyo
Mujeres	92
Hombres	102

### Programa Juntos nos cuidamos – Bienestar Financiero

Ante los efectos de la emergencia sanitaria, lanzamos #JuntosNosCuidamos como un programa para que nuestros/as asesores/as cuenten con diversas acciones de contención, en tres grandes frentes: salud física, emocional y social.

A través de estos frentes, priorizamos las iniciativas que impactarían en la experiencia del asesor/a ante la coyuntura del COVID-19. Hoy, frente al panorama económico que atravesamos como país, la “nueva contención” que necesita el equipo son las finanzas.

A través del nuevo pilar bienestar financiero, buscamos dar a conocer el uso responsable y sostenible de las finanzas personales y del negocio, generando contenido de valor que visibilicen buenas prácticas financieras y beneficios tangibles de ahorro y progreso.

(GRI 401-2)

### Red Corresponsales (CCS)

Lanzamos nuestro programa Red de Corresponsales CCS, donde contamos con 290 asesores/as que nos ayudan a amplificar la comunicación de temas relacionados a clima, cultura y sostenibilidad del negocio (CCS), siendo portavoces de la comunicación dentro de la compañía.

Realizamos comunicaciones quincenales, una liderada por los/as asesores/as Regionales de Personas y otra por la/el JDA, donde les compartimos los temas más importantes del negocio que pueden difundir entre sus colegas y acompañarlos en el seguimiento de su labor.

Los temas que compartimos son nuestros Always ON, temas de sostenibilidad y momentos/campañas estratégicas del negocio, para apoyar y reforzar la comunicación interpersonal, dándoles las primicias en estos temas.

Este programa, además, brinda beneficios para nuestra Red de Corresponsales CCS, los cuales están segmentados en capacitaciones, reconocimiento y referentes en sus sedes.

## 5.3 Formación y desarrollo

### 5.3.1 Escuela de Excelencia

Desarrollamos en el 2022 un plan de aprendizaje alineado a la cultura y pilares estratégicos de la empresa, diseñado para seguir brindando la mejor experiencia de compra omnicanal hacia nuestros/as clientes/as. Asimismo, este año nos enfocamos en seguir desarrollando las capacidades digitales de nuestro equipo.

Para poder garantizar el cumplimiento contamos con Políticas Internas como:

- POE RRHH-CAP 03.01.052021 Programa Copa del Saber.
- T-RRHH-CAP-001-29 Capacitación y Desarrollo de Asesores.

# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Capacitación técnica Venta Proyecto

- 82,634 horas de capacitación para todos los roles de servicio al cliente.
- Desarrollamos acciones para alimentar nuestra metodología autosostenible de aprendizaje:
  - Reforzamos las 13 comunidades de conocimiento de las facultades de área dura y área de blanda en Workplace (espacio digital colaborativo de aprendizaje).
  - Virtualización de 114 cursos sobre proyectos técnicos.
  - Miniferia especializada: enfocada en el departamento de electricidad, generando 342.5 horas de capacitación.
- Adoptamos un modelo híbrido de capacitación con proveedores, logrando la participación de 159 proveedores, que a través de plataformas online y visitas a tiendas complementaron la capacitación de nuestros/as asesores/as, generando 9,658.5 horas de capacitación.
- 2,594 monitores internos con un total de 1,723 cursos, distribuidos a nivel nacional para capacitar en los diversos proyectos de ventas y operaciones.
- Medición de Conocimiento Técnico 2022 Copa del Saber que tiene como objetivo medir el impacto del conocimiento en asesorías de calidad:

- EstudiandoAndo: potenciamos nuestros círculos de estudio, haciendo conversatorios donde los/las asesores/as tenían la oportunidad de hacer preguntas de cualquier proyecto del departamento.
- Prueba del Saber: nos mantuvimos a nivel de empresa con un promedio de 93 %.
- Celebrathon: incluimos en las celebraciones presenciales también a los puestos 2° y 3°.

## Capacitación en habilidades comerciales

- Reforzamos la capacitación del Protocolo de servicio 4C, enfatizando en el impacto que generamos desde la actitud para propiciar experiencias positivas de servicio en nuestras/os clientas/es.
- Coaching en Acción: herramienta feedback inmediato que busca reforzar dos de las 4C de nuestro protocolo de Servicio: "C" de Comprendo y "C" de Convenzo. Realizamos 1,910 evaluaciones, impactando a 520 asesores/as.
- 246 horas de capacitación en el taller de habilidades comerciales para el Centro de Diseño, dirigido a asesoras/es y líderes y lideresas.

## Capacitación Omnicanal

- 50 nuevos cursos e-learning en temas auditables, transversales y técnicos.
- Reforzamos los siguientes cursos:
  - Fpay: 4,931 horas
  - Pechera Móvil: 14,226 horas
  - Módulo.com: 5,108 horas
  - HUA Altillo y HUA Regional: 1,934 horas
  - F.com – Devoluciones: 1,723.5 horas
  - Servicios Comerciales: 1,910 horas
- Iniciativas regionales para seguir mejorando la experiencia:
  - Self Check Out: dirigido a nuestras/os asesoras/es de Caja y Prevención, entrenándolos en cómo orientar a nuestras /os clientes en el uso del autopago. Esto significó 156 horas de entrenamiento teórico – practico, logrando impactar a 72 asesoras/es.
  - Mobile POS (MPOS): dirigido a asesores/as para una gestión integral de asesoría al cliente/a para que tenga la autonomía de gestionar pagos a través del aplicativo Fpay. Se desplegaron 161 horas de capacitación, logrando impactar a 63 asesoras/es.

## Programa de Capacitación Virtual - Venta Empresa:

- Fortalecimientos del conocimiento técnico, procedimientos y protocolo de servicio de los Ejecutivos de Venta a empresas.
- 26 cursos con proveedores.
- 1,806.5 horas de capacitación.



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## CERTIFICACIONES

### Certificación de Brigadistas modalidad mixta:

- Módulo teórico virtual
- Módulo práctico presencial
- 1,700 brigadistas certificados
- 9,511 horas de capacitación
- Certificación de monitores en Dimensionado – CITEMADERA:
- 52 asesores/as certificados/as
- 68 horas de capacitación

## PROGRAMAS PROPIOS

### Maestrazos:

- Desarrollamos competencias digitales, comerciales, en procesos y fortalecimos el conocimiento técnico para una gestión integral de venta.
- 31 Maestrazos/os de 10 tiendas (6 Lima y 4 provincias) que implementaron el módulo en el 2022. Esto equivale a 2,976 horas de capacitación.

### Piñerinos:

- Crear una experiencia de compra inmersiva al cliente en donde con la asesoría de diseñadoras/es de interiores puedan sacar sus proyectos de hogar del área de Pisos.

- 64 diseñadoras/es Piñerinos.
- 3,328 horas de capacitación.

### Programa de Capacitación Piñerinos:

- Reforzamos 7 temas relacionados a la venta omnicanal.
- 277.5 horas de capacitación.
- 97 asesoras/es.

### LiderArte:

- Potenciamos el liderazgo de posiciones de Jefaturas, Supervisores y Subgerentas/es de Tienda y sedes tanto en temas de liderazgo como en gestión.
- 5,545.5 horas de capacitación.
- 981 líderes/as.

### Educación Financiera:

- Educamos a nuestras/os asesoras/es en cómo administrar adecuadamente sus recursos financieros.

### Academia Vive Lean:

- Entrenamos a nuestras/os asesoras/es en la filosofía Lean para que sean agentes de cambio en sus áreas.
- 982.5 horas de capacitación.
- 365 asesoras/es.

### Plan de Capacitación del Servicios Especiales:

- Potenciamos el plan de entrenamiento modular para nuestras/os asesoras/es.
- 1,150.5 horas de capacitación.

En el 2022:

- Nos mantuvimos a nivel de empresa con un promedio de 93 % en lo referente al conocimiento vendedor en nuestros/as asesores/as. Logramos un avance a nivel de marca Sodimac donde se evidenció un incremento de 1.5 puntos en el promedio con respecto año anterior (92.5 %).
- Incluimos dentro de la medición del programa Copa del Saber el indicador del NPS Conocimiento para el reconocimiento de la tienda ganadora por categoría. Asimismo, en el último bimestre del año se incorporó la meta de cumplimiento de Coaching en acción.
- Aumentamos 4 monitores expertos en el departamento de Muebles que en el 2022 logró un crecimiento en su categoría, asimismo activamos los círculos de estudios por departamento sobre la base de preguntas frecuentes en la asesoría.

(GRI 404, 3-3)





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Promedio de horas de capacitación - tipo de cargo y sexo 2022 - 2020

Categoría laboral	Horas - Mujeres			Horas - Hombres			Total de horas por categoría		
	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020
Gerente y subgerente (Oficina de Apoyo y tiendas)	2,553.5	2,950.5	2,667	5,851	7,237	6,931	8,404.5	10,187.5	9,598
Profesionales y administrativos (Oficina de Apoyo + tiendas excepto Ventas, jefes/as y asesores/as)	22,041.5	18,778.5	21,898	23,943.5	25,443.5	34,376.5	45,985	44,222	56,274.5
Otros/as asesores/as, jefes/as y asesores/as de Ventas	111,271	130,823.5	143,349	172,332	202,225	202,647	283,603	333,048.5	345,996
<b>Total por género</b>	<b>135,866</b>	<b>152,552.5</b>	<b>167,914</b>	<b>202,127</b>	<b>234,905.5</b>	<b>243,954.5</b>	<b>337,992.5</b>	<b>387,458</b>	<b>411,868.5</b>

La inversión 2022 en los programas de capacitación fue de S/ 110.8 por asesor/a. (GRI 404-1)

## 5.3.2 Desarrollo profesional

### Onboarding

Tiene como finalidad generar el Engagement desde el primer día laboral del asesor/a. Hemos diseñado un proceso de inducción funcional, 100 % en modalidad virtual con transmisión en vivo en el que el equipo de Talento y Desarrollo da la bienvenida a todos los nuevos integrantes en nuestras sedes.

#### 926 nuevos asesores/as

589 en tiendas y Contact Center

209 en Centro de Distribución

128 en Oficina de Apoyo

En la inducción se comparte información general del negocio y los procesos claves. Fomentamos la participación mediante dinámicas y pausas activas para generar espacios de diálogo, absolución de preguntas y creación de sentido de identidad.

# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

- **Bienvenida:** renovamos nuestro kit de bienvenida que incluye contenido ecológico para nuestros/as asesores/as de la Oficina de Apoyo. Asimismo, continuamos con la entrega del kit ergonómico para quienes se encuentran actualmente laborando desde sus casas.
- **Entrenamiento:** nuestros planes de entrenamiento para las posiciones de Tienda, Centro de Distribución y Contact Center están debidamente actualizados para que la gestión de los jefes de desarrollo del asesor/a sea más eficiente y autónoma. Los planes de entrenamiento para el equipo de Oficina de Apoyo y administrativo de tiendas, Centro de Distribución y Contact Center continúan siendo de autogestión, con una duración de aproximada de 15 días.

## Programas de Desarrollo

- **Banco de Talento:** diseñado para formar líderes y lideresas competitivas, capaces de hacer sostenible nuestro negocio. Este programa cuenta con tres etapas importantes:

- Reclutamiento y selección: los participantes pasan pruebas técnicas y de adecuación al puesto, también se incluyen dinámicas grupales o individuales de ser necesario.
- Aprendizaje: desarrollamos los conocimientos técnicos, habilidades y competencias necesarias para asumir las funciones del nuevo rol. Este año realizamos pasantías, que generaron un impacto positivo en nuestros/as asesores/as, quienes pudieron elaborar trabajos finales con propuestas de mejora y eficiencias.
- Evaluación final: evaluamos los conocimientos adquiridos durante la etapa de aprendizaje, con evaluaciones técnicas, entrevistas por competencias y presentación de proyectos.

En 2022		Participantes	Seleccionados	Graduados
Tres bancos de talentos	Ejecutivo/a de Venta Empresa	85	85	85
	Asesor/a de Prevención Senior	256	256	256
	Jefe/a de Prevención	45	45	45



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## ● Programa de Subgerentes de Tienda:

- Diseñado para potenciar habilidades y competencias tanto técnicas como blandas en nuestros subgerentes/as de Tienda.
- Iniciamos en el último trimestre del año, con la participación de 96 asesores.

## ● Casa Talentos:

- Orientado a atraer, retener y motivar a jóvenes profesionales con alto potencial, durante la etapa en la que realizan prácticas preprofesionales y profesionales.
- Contamos con 3,328 postulantes, de los cuales 461 participaron del Assessment Casa Talentos bajo un enfoque de Design Thinking, cubriendo 26 vacantes distribuidas para las diversas áreas de negocio.

## ● Programa Crece:

- Diseñado para desarrollar a los talentos con mayor potencial de las empresas del Grupo Falabella, brindándoles una visión 360° del negocio.

- Incluimos una sección de mentoring, teniendo como mentores a graduados del programa.

- Participaron 33 High Potential de todas las empresas del Grupo Falabella, seis de ellos eran de Sodimac y Maestro.

## ● Programa de Desarrollo Ejecutivo – #TurboDigitalización:

- Diseñado para potenciar las habilidades y competencias de los altos ejecutivos con mayor potencial en la empresa, brindándoles una visión 360° del negocio, alineados a nuestra estrategia de #TurboDigitalización.ç

## ● Programa de Desarrollo de jefes/as de Línea:

- Diseñado para potenciar las habilidades y competencias de los jefes de línea.
- Contamos con 37 participantes entre jefes/as de línea del área comercial, servicios comerciales y retail digital.

## ● Convención de Gerentes:

- Realizamos nuestra primera convención de gerentes/as de Tienda con una metodología 100 % virtual.
- Orientado a alinear conceptos e indicadores importantes para la gestión del gerente/a de Tienda y dar a conocer nuevos proyectos, procedimientos y programas que se ejecutarán y formarán parte de las funciones de este grupo laboral.
- Participaron todos/as los/as gerentes/as de Tienda de Lima y provincias, con un total de 54 participantes.

## 5.3.3 Evaluación de Desempeño

La Evaluación de Desempeño nos permite revisar lo que logramos y cómo lo logramos para identificar nuestras principales fortalezas y contrastar con oportunidades de mejora que nos permitan seguir creciendo y desarrollarnos profesionalmente.





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Medimos el desempeño en base a:

- Nuestros 5 valores Falabella (competencias de evaluación): Superamos las expectativas de nuestros clientes, Hacemos que las cosas pasen, Somos un equipo, Crecemos por nuestros logros y Actuamos con sentido.
- Nuestro propósito: Simplificar y disfrutar más la vida.

Categoría laboral	Evaluación de desempeño											
	Masculino						Femenino					
	2022		2021		2020		2022		2021		2020	
	Asesores	%	Asesores	%	Asesores	%	Asesores	%	Asesores	%	Asesores	%
Tienda (subgerentes, jefes/as y asesores/as)	4122	58.3	4,013	59.0	4,440	59.69	2948	41.7	2,794	41.0	2,998	40.31
Oficina	166	47.7	213	51.0	186	51.38	182	52.3	205	49.0	176	48.62
Gerencias	65	63.7	78	66.7	80	67.80	37	36.3	39	33.3	38	32.20
<b>Total</b>	<b>4353</b>	<b>57.9</b>	<b>4,304</b>	<b>58.6</b>	<b>4,706</b>	<b>59.31</b>	<b>3167</b>	<b>42.1</b>	<b>3,038</b>	<b>41.4</b>	<b>3,212</b>	<b>40.69</b>

(GRI 404-3)

Esta herramienta nos permite realizar un análisis del desempeño, identificando fortalezas y oportunidades de mejora de acuerdo con los objetivos que tenemos como organización.

## Durante el 2022:

- Incluimos en el proceso una sección para capacitar y certificar como monitor experto al equipo de Personas y Sostenibilidad de Tiendas y Oficina de Apoyo en las etapas del proceso, metodologías de evaluación y feedback. Asimismo, ellos debían capacitar y certificar al equipo de líderes y lideresas de Tienda y Oficina de Apoyo. Al cierre de la capacitación, el 100 % de los participantes logró certificarse.
- Realizamos una campaña de comunicación en Workplace que movilizó a todos los equipos de las diferentes sedes. También tuvimos reuniones con los administradores de las sedes tanto en la gestión de la plataforma y en la gestión del proceso.
- Realizamos comités de talento en todas las sedes, para todas las posiciones; donde se pudieron alinear expectativas de desempeño con los líderes de cada sede. Se identificaron sucesores y en base a estos comités se alinearon los planes de acción y de carrera de los asesores.
- Realizamos la gestión de extremos para el equipo ejecutivo.

- Trabajamos en consolidar una cultura de feedback continuo entre líderes/lideresas y asesores/as, para lo cual facilitamos espacios de encuentro para tener conversaciones reales de desarrollo.

## Medimos nuestra gestión con:

- La evaluación de conocimiento técnico y el NPS vendedor, que nos ayudan a diagnosticar la situación actual para definir planes de acción.
- Analizamos las capacitaciones 80/20 por área para identificar que nuestros/as asesores/as estén recibiendo capacitaciones técnicas que eleven su nivel de conocimiento y se refleje en las ventas y el servicio al cliente.
- Evolución de la nota de Evaluación del Desempeño.
- Auditorias anuales del proceso, de acuerdo con el programa de auditoría establecido. (GRI 404, 3-3)

# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 5.4 Salud y seguridad en el trabajo

Fomentamos una cultura de prevención y mantenemos un sistema de gestión que permite la protección de nuestros/as asesores/as, promotores/as, personal externo y clientes/as contra accidentes.

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 Decreto Supremo N° 005-2012-TR, así como sus modificatorias.

(GRI 403-1)

Nuestra gestión de seguridad y salud en el trabajo busca facilitar la **identificación de los peligros y la evaluación de riesgos** existentes, gestionando e implementando las medidas de control. Para la identificación de peligros y evaluación de riesgos contamos con los procedimientos de elaboración y revisión del IPER. El proceso de revisión de la matriz IPER se realiza junto a los asesores/as al menos una vez al año o cuando las condiciones de trabajo varían,. Adicionalmente, las matrices IPER son revisadas y validadas por el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Los controles se establecen considerando la jerarquía de control del riesgo.

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

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

El comité o subcomité de Seguridad y Salud en el Trabajo está encargado de la investigación de los accidentes de trabajo haciendo uso del procedimiento de Gestión de Accidentes e Incidentes, en el que se orienta sobre la revisión de evidencias, utilizando la metodología conforme a la tabla TASC, considerando los siguientes pasos:

En el caso de la **investigación de accidentes de terceros**, solicitamos a la empresa empleadora de servicios que

realice su propia investigación y establezca las medidas correctivas como elemento de partida de nuestra investigación.

(GRI 403-2)

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

(GRI 403-7)



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Programa Juntos/as construimos la prevención en nuestra casa

Este programa que tiene como base la gestión de riesgos organizacionales respecto a la seguridad y salud de las personas. Es así como trabajamos para la implementación de un sistema de gestión que nos permita garantizar lugares seguros y saludables para todas las personas que se encuentran dentro de nuestra operación. Este programa tiene bases sólidas en controles y lineamientos organizacionales ya existentes, como son la Política de Seguridad y Salud, los procedimientos, planes, programas, matrices IPER, entre otros.

Actualmente, el programa Juntos/as construimos la prevención en nuestra casa sigue una estrategia para el fortalecimiento de la cultura de seguridad y salud, la cual está basada en cuatro pilares: liderazgo visible, estrategia de comunicación, reconocimiento y posicionamiento.

Así mismo, ofrecemos a nuestros/as asesores/as un área de **Salud y Medicina Ocupacional**, en donde contamos con especialistas que velan por la salud de los/as asesores/as. Tenemos tópicos en cada sede implementados al 100 % para la atención de primeros auxilios. Mediante el Servicio de Medicina Ocupacional se ha mejorado el cuidado, orden y atención de los tópicos médicos que tenemos en cada tienda con la implementación de camillas y sus

Liderazgo visible

Nuestros/as líderes y lideresas dirigen capacitaciones estratégicas en materia de seguridad y salud con alcance a todos/as los/as asesores/as de la empresa. Estas capacitaciones se dan a través de transmisiones en vivo via Workplace.

Estrategia de comunicación

- Campaña de difusión del programa Juntos/as construimos la prevención en nuestra casa en tiendas y Centro de Distribución a nivel nacional en Lima y provincias.
- Toolkit de stickers, banners, pines y tarjetas con el nombre de la práctica y el #JuntosConstruimos-LaPrevencionEnNuestraCasa, que se utilizan en las redes sociales, reuniones por Teams, entre otros.
- Contenido lúdico en redes sociales como pausas activas divertidas, uso de memes, entre otros.
- Preventips: información breve pero importante que se transmite a los/as asesores/as, brindando tips para la prevención de accidentes y enfermedades.

accesorios correspondientes y balanzas, haciendo estos lugares salubres, de fácil mantenimiento y limpieza para el uso de los/as asesores/as y clientes/as en caso lo requieran.

En el marco de los servicios de salud ocupacional, se desarrolla:

- Gestión de exámenes médicos ocupacionales.
- Plan de Monitoreo COVID-19.
- Plan de retorno a labores presenciales para personas con discapacidad y asesores del grupo vulnerable.
- Centro de Salud Virtual.
- Programa para personas con obesidad.

(GRI 403-3)





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Gobernanza de salud y seguridad en el trabajo

Contamos con un **Comité Central de Seguridad y Salud en el Trabajo** (CCSST) de acuerdo con la ley, además, contamos con **subcomités de Seguridad y Salud en el Trabajo** (SCSST) en cada una de las tiendas, como parte de nuestro compromiso con la seguridad de nuestro equipo. Para elegir estos comités y subcomités, realizamos elecciones generales democráticas, dando la oportunidad a todos de ejercer su derecho; asimismo, capacitamos a todos sus integrantes para el buen cumplimiento de sus funciones.

El CCSST y los SCSST sesionan de manera mensual con reuniones ordinarias. En estos espacios revisan los indicadores de accidentes y los planes de acción para la reducción de estos. Este año el Comité Central de SST aprobó los siguientes documentos:

- Plan de Actividades de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Plan anual de capacitaciones.
- Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Plan de Monitoreos Ocupacionales.
- Auditorías Internas del SGSST.
- Cambio de uniformes en el área de dimensionado.

(GRI 403-4)

Realizamos talleres presenciales de sensibilización en tiendas y transmisiones en vivo a nivel nacional en materia de salud y seguridad, vía Workplace, tratando temas relevantes para nuestro sector como por ejemplo la prevención de trastornos musculoesqueléticos, manipulación segura de cargas, estilos de vida saludables, prevención de enfermedades auditivas, prevención de riesgos psicosociales, uso seguro del teclé, entre otros.

(GRI 403-5)

## Promoción de la salud y bienestar

Nos preocupamos por atender las necesidades de nuestros/as asesores/as. Velar por el cuidado y bienestar integral de las personas es primordial en nuestra cultura; por eso, contamos con las siguientes iniciativas:

- **Vive Saludable:** programa que busca generar hábitos saludables en nuestros/as asesores/as. como la buena alimentación.
- **Charlas de salud:** campañas informativas sobre estilos de vida saludable, salud mental, salud física y bienestar.
- **Programas de salud:** programas de prevención de trastornos músculoesqueléticos, conservación auditiva, prevención de enfermedades por radiación UV, salud de la gestante y salud de las personas con discapacidad.

- **Campañas de salud:** con la participación de profesionales de la salud de EsSalud, el Ministerio de Salud y nuestra compañía de seguros Marsh Rehder S.A. realizamos campañas de nutrición, protección solar y vacunaciones gratuitas.

- **Monitoreo de gestantes, personas con discapacidad, y accidentes laborales.**

- **Plan de vigilancia, prevención y control del COVID-19.**

- **Bienestar Emocional:**

- Programa Confía: dirigido a nuestras/os asesoras/os y sus familiares directos que necesiten una orientación o consejería psicológica y asesoría legal en derecho de familia.
- Programa Calmamente: dirigido a los/as asesores/as que buscan promover un espacio de silencio y relajación a través de estímulos que impacten positivamente en su bienestar.

## Atenciones de la línea Confía

Línea Confía	2022	2021	2020
Número de atenciones	1,249	1,922	1,242



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

- **Plataforma VEO 365-JOTA:** estamos implementando la vigilancia de la salud en el trabajo para controlar el COVID-19. La plataforma VEO 365-JOTA nos permite el seguimiento de los casos que requieren vigilancia médica, así como la identificación de población vulnerable.
- **JOTA, tu asesora virtual:** iniciativa que se manifiesta por medio de un personaje cercano que tiene la finalidad de apoyar en la salud ocupacional a través del tamizaje a nuestros/as asesores/as. A través de JOTA, se difunden mensajes y recomendaciones relacionados con tres ejes comunicacionales: prevenir, conocer y enseñar.

Indicadores	2022	2021	2020
Total, accidentes fatales	0	0	0
Total, accidentes	222	247	209
Horas trabajadas	16,983,228	18,963,056	16,457,075
Tasa de accidentabilidad	13.07	13.02	12.70
Días perdidos	2,959	4,026	2,484
Horas No trabajadas	23,672	32,208	19,872
Tasa de días perdidos (*)	174.23	212.31	150.94

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

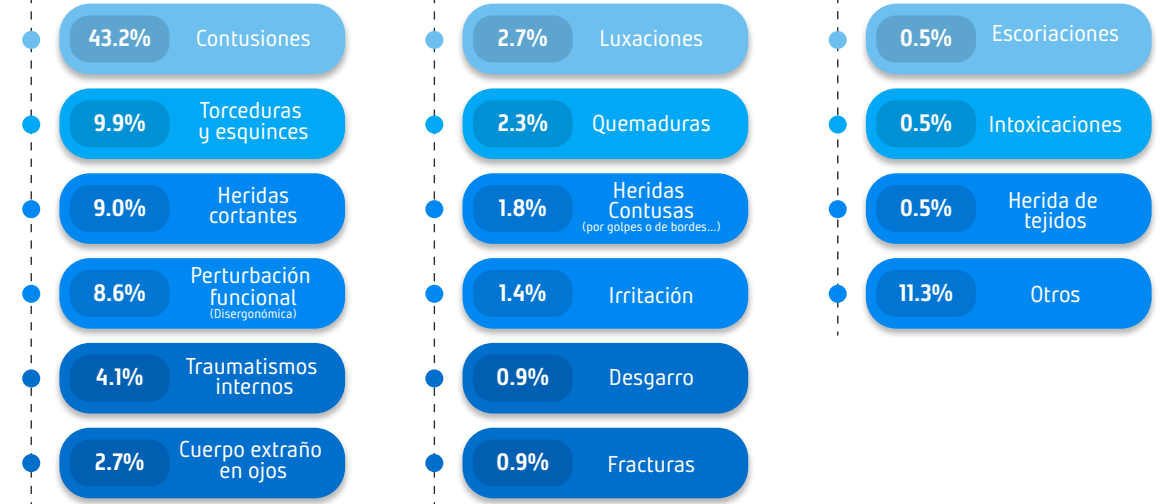
(\*) Se consideran días perdidos a los días naturales a partir del día siguiente del accidente, de acuerdo con el DS 005-2012 Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo.

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

(GRI 403, 3-3) (GRI 403-6)



## Cantidad de Accidentes por Tipo de Lesión 2022



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Los peligros laborales que representan mayor riesgo de lesión son:

- Esfuerzos físicos excesivos o falsos movimientos.
- Golpes por objetos (excepto caídas).
- Caída de objetos durante la manipulación.
- Contactos con bordes filosos.

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

## Indicadores de seguridad y salud 2022 (contratistas)

Indicadores	2022
Total, accidentes fatales	0
Total, accidentes	45
Tasa de accidentabilidad	12%
Días perdidos	205

(GRI 403-9)

## 5.5 Diversidad e inclusión

Tenemos un firme compromiso con la diversidad e inclusión y buscamos generar una cultura basada en la confianza y la colaboración. Nuestra Estrategia EDIPVI (Equidad, Diversidad, Inclusión y Prevención de la Violencia) cuenta con un enfoque sistémico como base para todos nuestros procesos. Tiene cinco pilares de diversidad y siete componentes transversales que incluyen políticas y lineamientos que guían nuestro actuar, así como iniciativas dirigidas al desarrollo, empoderamiento y respeto por las diferencias en nuestro equipo.

### Pilares de la Diversidad

Identificamos distintas poblaciones en nuestra empresa, a quienes les brindamos los recursos necesarios para que puedan desarrollar su máximo potencial y lograr el acceso con igualdad a diversos recursos y beneficios. Nuestros pilares de diversidad son:

### Equidad de Género

Promovemos la reducción de brechas entre hombres y mujeres con el objetivo de fomentar una sociedad más

igualitaria. Para lograrlo, contamos con dos programas: – Mujeres Conectadas: promovemos el empoderamiento y liderazgo femenino, fomentando espacios seguros y de crecimiento para las mujeres de la empresa a través de:

- **Atracción y selección:** procesos semiciegos y cuota mínima de mujeres en selección.
- **Bienestar y seguridad:** enfocado en mejorar la calidad de vida de las mujeres a través de la flexibilidad, la corresponsabilidad y la seguridad emocional.
- **Programa de mentoría:** fomentamos el desarrollo del liderazgo de mujeres de alto potencial en sedes a partir del acompañamiento de lideresas de Oficina de Apoyo.
- **Dashboard de género:** herramienta que permite la medición mensual de nuestros principales indicadores de género, haciendo seguimiento a la gestión de diversidad.
  - Nuevas Masculinidades: promovemos la equidad de género desde el rol del hombre, reconociendo su rol fundamental para romper estereotipos y fomentar la igualdad y la corresponsabilidad a través de:
- **Capacitación y Sensibilización:** charlas virtuales relacionadas a Masculinidades Positivas como nueva forma de relación.
- **Campañas internas y externas:** conmemoración del Día del Hombre y el Día del Padre con enfoque de corresponsabilidad y prevención de la violencia.

En Sodimac y Maestro tenemos un firme compromiso con la equidad de género, el cual se enfoca en acompañar el crecimiento y desarrollo de las mujeres en nuestra empresa. Como principal indicador de este compromiso, contamos con una meta de género de alcanzar el 40 % de lideresas para el año 2025. Hasta el día de hoy nuestros avances nos dan un total de 38 % de lideresas, incluyendo gerentas en primera y segunda líneas, subgerentas y jefas. (GRI 405, 3-3) (GRI 406, 3-3)





# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente



## Programa de Mentoring Grupal Mujeres Conectadas

Potenciar el talento es clave para la sostenibilidad de nuestra organización; por lo que nos enfocamos en generar iniciativas en las que, a través del desarrollo, la capacitación y el feedback, acompañemos a nuestras lideresas a superar sus desafíos.

El Programa de Mentoring Mujeres Conectadas busca desarrollar el potencial profesional de nuestras lideresas en Tienda, Contact Center y Centro de Distribución, a partir del acompañamiento de sus mentoras, mujeres del top management de Oficina de Apoyo y Gerentas de Tienda

El programa consistió en:

- **Sesiones plenarias:** Espacios de capacitación dirigidas por un aliado externo sobre temas de importancia para el programa. Este año los temas fueron: Liderazgo inclusivo, Red de Contactos y Marca Personal, Resolución de Problemas y Mindfulness para la Productividad.
- **Sesiones de duplas:** Espacios de mentoría 1 a 1 entre duplas de guiadas y mentora.

A partir de las capacitaciones y el acompañamiento de las mentoras, buscamos que los roles de supervisoras, jefaturas y subgerencias

tengan más herramientas que las preparen para seguir asumiendo nuevos retos que les permitan crecer como profesionales.

Finalmente, tanto mentoras como guiadas tienen el rol de ser embajadoras del compromiso que tenemos como empresa con la equidad de género y la diversidad, conociendo nuestra postura y principales desafíos.

(GRI 406, 3-3)



# 5. Asesores

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Diversidad Generacional:

fomentamos la inclusión de todas las generaciones, buscando romper estereotipos alrededor de ellas. Contamos con el programa Espíritu Joven dirigido a adultos mayores:

- **Atracción y selección:** en colaboración con nuestros aliados, realizamos convocatorias para adultos mayores.
- **Comunicación:** identificamos historias de éxito de nuestros/as asesores/as, las cuales representan su experiencia y desempeño en la empresa.
- **Campañas internas y externas:** conmemoramos el Día del Adulto Mayor con un enfoque de bienestar físico y emocional.

## Asesores/as del programa Espíritu Joven

Criterio	2022	2021	2020
<b>Total</b>	<b>474</b>	<b>595</b>	<b>115</b>
Sexo			
Hombre	73%	70 %	76 %
Mujer	27%	30 %	24 %
Grupo etario			

Criterio	2022	2021	2020
55 a 65 años	72%	94 %	73 %
66 a 84 años	26%	6 %	27 %

## Diversidad Funcional:

Promovemos la inserción laboral de personas con discapacidad a través de nuestro programa Junto a Ti:

- **Atracción y selección:** continuamos incluyendo y fomentando la participación de personas con discapacidad en todos nuestros procesos de selección con el apoyo de más de 23 instituciones aliadas.
- **Campañas internas y externas:** conmemoramos el Día Nacional de la Persona con Discapacidad con un enfoque de accesibilidad e inclusión en los espacios laborales.
- **Tercera Convención de Aliados del Programa Junto a Ti:** convención virtual con nuestros aliados con la finalidad de dar a conocer nuestros avances, recordar el flujo de postulación al programa, informar nuestros próximos pasos y hacer Networking. Participaron más de 23 personas que comparten el compromiso con la inclusión laboral de personas con discapacidad.

- **Recluta y Gana:** iniciativa que premia a nuestras/os asesoras/os por referir a otras personas para que ingresen a laborar con nosotros. En esta oportunidad se lanzó una campaña exclusiva para el programa Junto a Ti.

Criterio	2022	2021	2020
Total	118 – 1.5 %	123 – 1.3 %	130 – 1.3 %

El Anexo 2 muestra más detalles de los participantes del programa.

## Diversidad Sexual:

Generamos espacios seguros e inclusivos para la Comunidad LGBTIQ+ en nuestra empresa a través del programa Comunidad LGBT+ y Aliad@s:

- **Atracción y selección:** procesos semiciegos para mitigar riesgos de discriminación. Asimismo, participamos en feria de empleabilidad dirigidas a la comunidad LGBTIQ+.
- **Bienestar y Seguridad:** plan de beneficios inclusivos en los cuales destaca el acceso al Seguro de Salud y Seguro Vida Ley para parejas del mismo sexo y el Protocolo de Transición de Género.

- **Campañas internas y externas:** conmemoración del Día del Orgullo con enfoque de eliminación de sesgos inconscientes.

## Multiculturalidad:

Respetamos la diversidad por etnia, cultura, religión, orígenes, creencias y/o puntos de vista.

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





# Comunidad

.6





# 6. Comunidad

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Buscamos generar relaciones de confianza, gestionando los impactos en las comunidades donde estamos presentes a través de la generación de valor y el diálogo permanente, involucrando cada vez más a nuestro equipo.

## 6.1 Gestión social

Buscamos contribuir al desarrollo de la comunidad a través de la identificación de sus necesidades. Para ello este año, por primera vez, desarrollamos una Estrategia de Gestión Territorial, la cual ayudará a generar mayor cercanía con las comunidades aledañas a nuestra operación, buscando entender sus necesidades con el fin de mitigar nuestros impactos sociales.

	2022	2021	2020
Quejas o denuncias de la comunidad	0	0	0

Asimismo, contribuimos a la generación de empleo y desarrollo profesional a través de capacitaciones en el marco de nuestro programa Juntos Construimos Empleabilidad y fomentamos el mejoramiento de espacios con donaciones en materiales a distintas organizaciones sociales. Este año realizamos cuatro donaciones a las asociaciones UNAMONOS, REMAR, al Obispado del Callao y el Puericultorio de Lima.

Por otro lado, a inicios del 2022 el mar de Ventanilla fue gravemente contaminado por un derrame de petróleo de una empresa extractora; esta situación impactó tanto a la fauna silvestre como a las familias aledañas. Todas las unidades de negocio del Grupo Falabella del Perú realizamos distintas donaciones a organizaciones de apoyo, incluyendo un aporte a la organización Hombro a Hombro.

(GRI 413, 3-3)

Donaciones	2022	2021
Cantidad de donaciones	11	6

### Programa Construyendo Juntos/as Empleabilidad

Tiene como objetivo facilitar a cada participante de la comunidad e institución aliada los recursos y las herramientas que incrementen su empleabilidad para que les genere oportunidades en el futuro y motivación sobre sus capacidades para su inserción en el mundo laboral. El programa es flexible, con posibilidad de adaptarse al público objetivo, y cuenta con 16 temas elaborados de acuerdo con la necesidad de los participantes, divididos en las dimensiones de empleo y desarrollo profesional.

Durante el año 2022 llegamos a 7,384 beneficiarios/as del programa, impartiendo 40 charlas virtuales y presenciales en diferentes instituciones aliadas. La encuesta de satisfacción arrojó un 99 % de aplicabilidad.

## 6.2 Voluntariado corporativo

Como parte de nuestro compromiso con la comunidad, incentivamos la participación de nuestros/as asesores/as en programas de voluntariado, en alianza con nuestros socios estratégicos. Tras la emergencia sanitaria, este año retomamos nuestro programa, priorizando la seguridad de nuestros/as voluntarios/as.

- **Limpieza Playa Márquez:** voluntariado ambiental que consistió en la limpieza de la playa Márquez en el Callao, considerada como la segunda playa más contaminada de Latinoamérica. En alianza con San Miguel Industrias (SMI), el restaurante CALA, la ONG Recicla LATAM y la Municipalidad Provincial del Callao, logramos recolectar más de 5 toneladas de residuos en la playa. Participaron cerca de 30 voluntarios de Sodimac y Maestro.

- **Jornada TECHO:** en colaboración con TECHO, participamos en una jornada de construcción enfocada en el mejoramiento de espacios del asentamiento humano Villamoto en Ventanilla. Participaron 20 voluntarios, quienes realizaron actividades como el pintado de paredes, el mejoramiento de bancas y la limpieza de lozas.

### Costo de voluntariado

Descripción	2022	2021	2020
Costo total de voluntariado empresarial	S/. 45,000	S/. 15,000	No se realizaron acciones de voluntariado a razón de la pandemia

**Nota:** El costo de voluntariado empresarial está compuesto por costo total de los materiales más el costo total de las horas efectivas de voluntariado.

## 6.3 Alianzas

Tenemos el objetivo de generar valor a las comunidades a partir de la relación con organizaciones sociales. Por ello, este año enfocamos nuestros esfuerzos en fortalecer el relacionamiento con nuestros aliados, generando valor a través del trabajo conjunto.

# 6. Comunidad

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

- **Programa Haciendo Escuela – Fe y Alegría:**

como parte de nuestra alianza con Fe y Alegría, buscamos la mejora de la infraestructura y el desarrollo de sus docentes de los colegios Fe y Alegría en el Perú. En el 2022 realizamos una donación de S/ 125,000.00.

- **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 todos nuestros/as clientes/as a sumarse a esta campaña con la compra de un boleto. Logramos vender 25,079 rifas entre los meses de junio y agosto, valorizado en S/ 125,395.00.

- **TECHO:**

continuamos con el desarrollo de la campaña Dona tu Vuelto en la que participaron nuestras 56 tiendas Sodimac y Maestro. Esta iniciativa logró recolectar más de S/ 800.00 únicamente en el redondeo de céntimos en las cajas.

- **Constructoras del Mañana:**

en el marco del Día Internacional de la Mujer, destinamos el 10 % del presupuesto para la campaña de comunicación y la ejecución de una acción tangible que promueva la equidad de género entre los niños y niñas.

Es así como nació Constructoras del Mañana, un programa formativo enfocado en desarrollar habilidades socioemocionales que genere un efecto multiplicador en las familias y en las comunidades de 550 niñas y adolescentes peruanas, promoviendo su autoconocimiento, autonomía, empoderamiento y liderazgo, con el objetivo de construir una sociedad más equitativa y justa.

(GRI 413-1)





# Medio Ambiente

SODIMAC

MAESTRO

## PUNTO LIMPIO

Estación de reciclaje

# .7

CUIDEMOS LA CASA DE TODOS  
Pequeñas acciones generan grandes cambios

### PLÁSTICO



Botellas desechables de agua, gaseosas, jugo y rehidratante, tapas de botellas, envases de shampoo y cremas.



### VIDRIO



Botellas y envases de vidrio.



### PAPEL Y CARTÓN



Papel con o sin tinta negra, hojas, cuaderno, cartón corrugado, cartulinas, craft, entre otros similares.



### RAEE

(Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos)



Teclados, ratones, routers, audífonos, impresoras, cargadores o equipos electrónicos.



NO DEPOSITAR

NO DEPOSITAR





# 7. Medio Ambiente

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Comprometidos con el cuidado del medioambiente nos sumamos a las iniciativas internacionales de gestión y reducción de nuestros impactos ambientales.

Nuestra Política de Sostenibilidad incluye el compromiso de la empresa con el medioambiente:

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

Contamos con la Política Corporativa Ambiental y de Cambio Climático, que busca establecer los principios generales que guían nuestro comportamiento con el fin de:

- i) Exigir y promover el cumplimiento de la normativa ambiental.
- ii) Detectar y medir los impactos ambientales de nuestra actividad para mitigar o reducir los impactos adversos y potenciar los positivos.
- iii) Promover un uso eficiente de los recursos naturales, energéticos e hídricos empleados.
- iv) Promover criterios de economía circular en la generación, la reducción, reutilización y reciclaje de los residuos.

Los impactos ambientales que generamos debido a nuestras actividades son:

- **Cambio climático:** consumo de combustibles, electricidad, transporte, importación de productos entre otros. Para enfrentar este impacto, nuestra empresa mide anualmente su huella de carbono y tiene metas claras de reducción progresiva de emisiones.
- **Contaminación por residuos sólidos:** nuestros productos deben contar con una protección para su traslado o comercio. Enfrentamos este impacto reciclando más del 20 % de los residuos, así como promovemos prácticas de reciclaje en clientes/as y asesores/as.
- **Agotamiento y contaminación del agua:** consumo y generación de efluentes. Para hacer frente a este impacto, instalamos reductores de caudal de agua en los grifos en tiendas. También contamos con una Planta de Tratamiento de Agua Residual (PTAR) que nos permite reutilizar más de 8,000 m<sup>3</sup> de agua por año para el riego de áreas verdes.

Contamos con una matriz de identificación de riesgos donde mantenemos controles establecidos a los cuales hacemos seguimiento de forma mensual. Asimismo, ante alguna contingencia, tenemos protocolos de atención.

Monitoreamos nuestros principales indicadores ambientales y evaluamos nuestra gestión anualmente a través del Index corporativo de sostenibilidad y la medición de huella de carbono.

Nuestra gestión ambiental considera la participación de asesores/as y clientes/as.  
(GRI 302, 3-3) (GRI 303, 3-3) (GRI 305, 3-3) (GRI 306, 3-3)  
(GRI 306-1) (GRI 306-2)



# 7. Medio Ambiente

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## 7.1 Huella de carbono

La medición de la huella de carbono es uno de los indicadores claves de nuestra operación. Definimos como nuestro año base el 2020. Durante el 2022, en el marco de nuestra estrategia ambiental, implementamos diversos proyectos de reducción de emisiones.

Tenemos la meta de reducir nuestra huella de carbono en un 5 % respecto al año 2021.

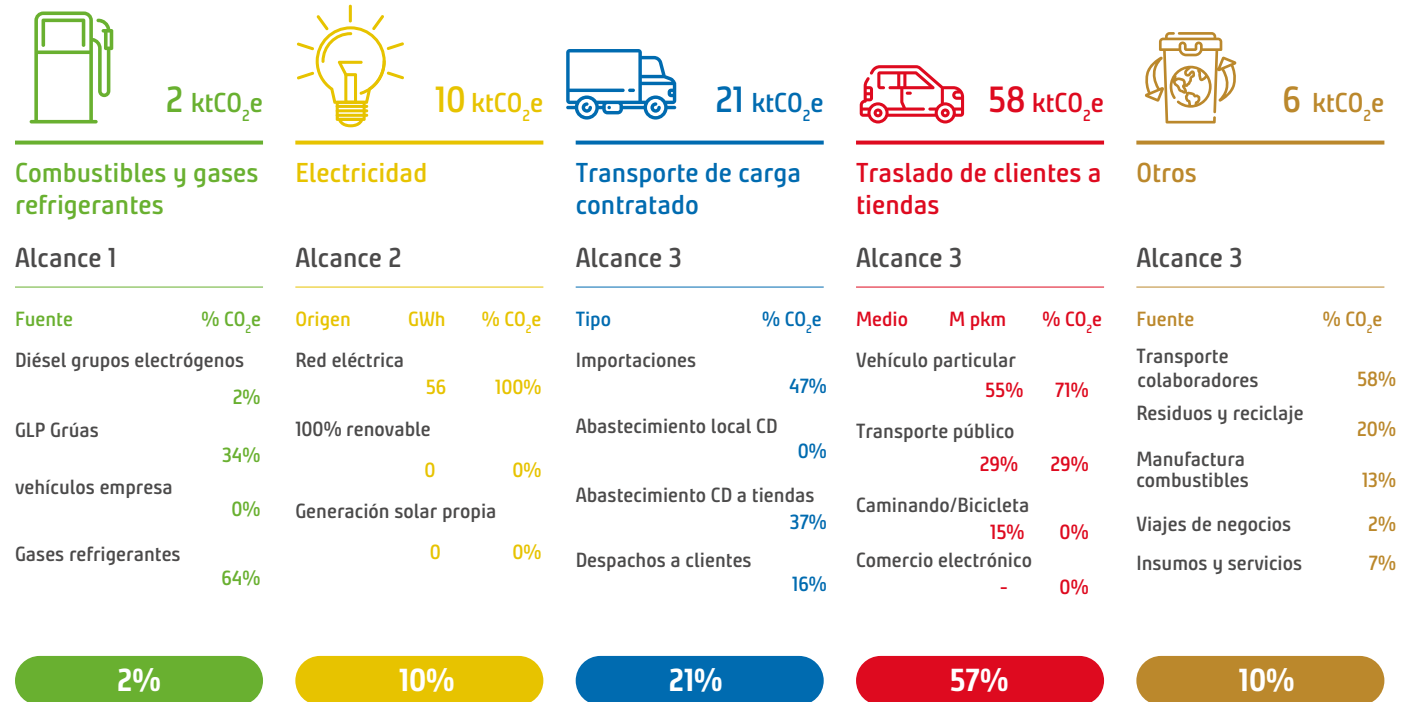
Actualmente, medimos la huella de carbono bajo la metodología ISO 14064 (2018) Gases de efecto invernadero en sus alcances 1, 2 y 3.

Los resultados de nuestra Huella de Carbono 2022 fueron los siguientes:

### Huella de Carbono 2022

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

101 ktCO<sub>2</sub>e



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

Fuente: projectae

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

# 7. Medio Ambiente

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

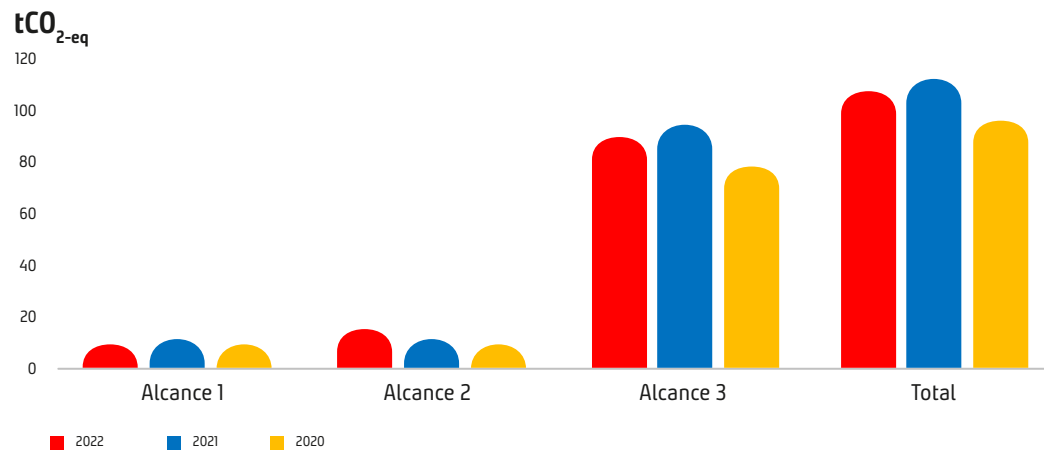
5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Evolución de la Huella de Carbono

Huella de Carbono	Unidad	2022	2021	2020
Alcance 1	kT	2	3	2
Alcance 2	kT	10	6	6
Alcance 3	kT	89	97	78
Total	kT	101	106	85



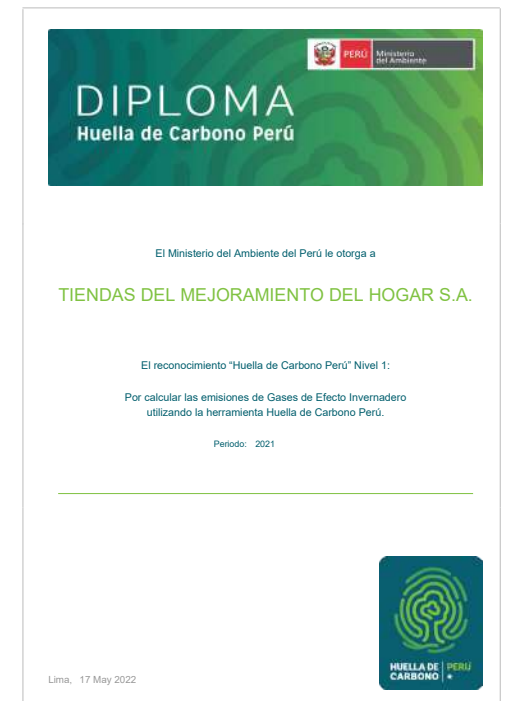
Nuestra huella de carbono 2022 disminuyó en 5% respecto al 2021. Es importante mencionar que los años 2021 y 2022 tuvieron una disminución operativa relacionada a la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19. Esta reducción fue posible gracias a las siguientes iniciativas:

- (i) Estandarización de temperaturas de aires acondicionados en nuestras tiendas y subestaciones eléctricas.
- (i) Automatización de HVAC e iluminación.
- (ii) Instalación de luminarias led en piso de ventas.
- (iii) Reducción en la generación de residuos y el aumento de tasa de reciclaje.
- (iv) Reducción en el número de viajes en el traslado de productos.
- (v) Aumento de asesores/as que van al trabajo en movilidad sostenible.

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

Participamos del Programa de Huella de Carbono Perú, plataforma del Ministerio del Ambiente, que busca promover el cálculo, auditoría, reducción y neutralización de emisiones en organizaciones públicas y privadas.

En este sentido, logramos obtener dos reconocimientos, el primero por el cálculo de la Huella de Carbono 2021 y el segundo por la aprobación de la auditoría de dicho cálculo, realizada por un tercero y validado por el Ministerio del Ambiente.





## 7.2 Gestión de energía

Consumimos energía:

- Primaria: combustible (diésel y GLP) utilizado para el funcionamiento de vehículos, montacargas, bomba contra incendio y grupos electrógenos de emergencia.
- Indirecta: energía eléctrica, cuyo origen proviene en su totalidad de la Red del Sistema de Energía Interconectado Nacional (SEIN). Esta energía es utilizada por la empresa a través de la iluminación, ventilación, aire acondicionado, entre otros.

Mensualmente evaluamos nuestros consumos de energía en cada una de nuestras 56 tiendas, Centro de Distribución y Oficina de Apoyo.

Implementamos diversos proyectos de eficiencia energética eléctrica como por ejemplo la instalación de timers para el encendido y apagado automático, reducción de tiempo de encendido de luminarias, implementación de luminarias led, sensibilización de nuestros/as asesores/as entre otras iniciativas. Además, instalamos un Comité de Energía, encargado de promover e implementar eficiencias en nuestra empresa.

(GRI 302, 3-3)

### Consumo de energía eléctrica

Ubicación	2022		2021		2020	
	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules
Oficina de Apoyo	440.197	1,584,709.2	1,196.831	4,308,591.6	877.328	3,158,381
Centro de Distribución	3,110.520	11,197,872	3,578.322	12,881,959.2	3,524.362	12,687,703
Tiendas Sodimac	36,164.525	130,192,290	36,252.545	130,509,162	35,991.534	129,569,521
Tiendas MAESTRO	16,173.671	58,225,215.6	15,960.164	57,456,590.4	15,478.541	55,722,748
<b>TOTAL</b>	<b>55,888,193</b>	<b>201,200,086.8</b>	<b>56,987.862</b>	<b>205,156,303.2</b>	<b>55,871.765</b>	<b>201,138,353</b>

(GRI 302-1)

Para el periodo 2022, la matriz energética de la Red del Sistema de Energía Interconectado Nacional (SEIN) estuvo compuesto por 50.79 % de producción hidráulica, 43.67 % térmica (considera gas natural, carbón, residual y diésel), 3.44 % eólica, 1.46 % solar, 0.63 % bagazo y biogás (es decir, 56.33 % de fuentes renovables y 43.67 % de fuentes no renovables).

En el 2022 logramos reducir nuestro consumo eléctrico respecto al 2021, a partir del mes de junio revertimos el consumo, haciéndolo más eficiente. Nuestra meta para el 2022 fue reducir la energía en 5 % con respecto al año anterior.

Durante el 2022 se creó el Comité de Energía, el cual busca promover e implementar proyectos de eficiencia energética.

(GRI 302, 3-3)

# 7. Medio Ambiente

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

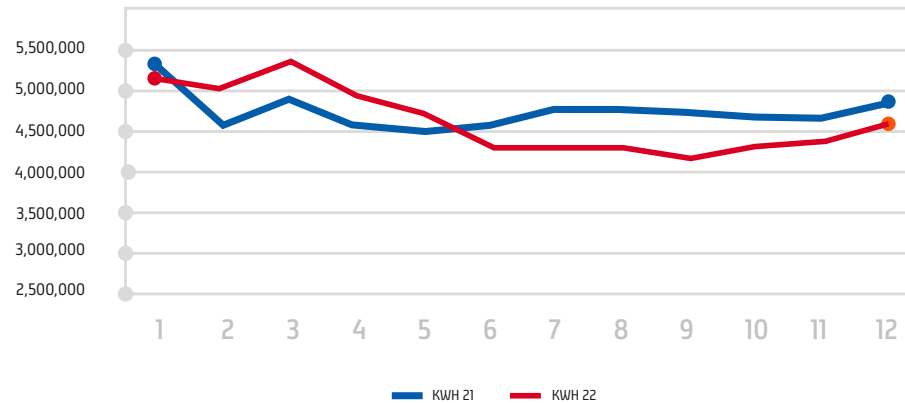
4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

Evolución mensual del consumo de energía eléctrica (kWatt-hora)



(GRI 302-1)

## Consumo de combustibles

Tipo de combustible	2022		2021		2020	
	Consumo en MJ	Consumo en MWh	Consumo MJ	Consumo en MWh	Consumo MJ	Consumo en MWh
Gas licuado de petróleo (GLP)	12,022,520.00	3,611.00	18,065,662.00	5,426.00	12,474,080.00	3,746.00
Diésel	611,015.00	178.00	2,218,866.00	648.00	1,132,953.00	331.00
Biodiesel	0.00	0.00	108,751.00	34.00	55,528.00	17.00
<b>Total</b>	<b>12,633,535.00</b>	<b>3,789.00</b>	<b>20,393,279.00</b>	<b>6,108.00</b>	<b>13,662,561.00</b>	<b>4,094.00</b>

(GRI 302-1)

## Intensidad de consumo de energía eléctrica

Parámetro	2022	2021	2020
MWh/m <sup>2</sup> – año	0.1451	0.1480	0.1451
MegaJoule/m <sup>2</sup> - año	522.46	532.73	522.29
m <sup>2</sup>	385,105.00	385,105.00	385,105.00

(GRI 302-3)



# 7. Medio Ambiente

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Consumimos dos tipos de combustibles:

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

En relación con el combustible, redujimos la cantidad de traslados de productos desde nuestro Centro de Distribución hacia nuestras tiendas, optimizando el uso de combustible y reduciendo las emisiones. Además, contamos con un vehículo híbrido (electricidad y combustible) que realiza repartos de productos en la ciudad de Lima como parte de nuestro compromiso con el ambiente.

Los viajes realizados en Lima y provincias para el año 2021 fueron 21,793 viajes, mientras que en el 2022 registramos 15,533 viajes. Una reducción del 30 % aproximadamente.

## Consumo total de energía

Energía	Unidad	2022	2021	2020
Energía no renovable	MJ	100,497,612.91	97,757,720.94	84,201,781.40
	MWatt	28,195.69	27,598.12	59,965.77
Energía renovable	MJ	113,336,008.89	127,791,861.26	130,599,132.60
	MWatt	24,406.69	35,497.74	36,277.54
Energía total	MJ	213,833,621.80	225,549,582.20	214,800,914.00
	MWatt	52,602.38	63,095.86	96,243.30

(GRI 302-1)

Por otro lado, nuestro Programa Plan + Bici, que busca promover la movilidad sostenible y segura en nuestros asesores, logró que más de 1,000 asesores se movilicen de su vivienda a su centro de labores en bicicleta. Adicionalmente, instalamos parqueos para bicicletas con el objetivo de seguir promoviendo la movilidad sostenible.

## 7.3 Gestión del agua

Implementamos reductores de caudal de agua de los grifos y duchas en tiendas para reducir en 20 % nuestro consumo de agua. Además, contamos con una Planta de Tratamiento de Agua Residual (PTAR) en nuestro Centro de Distribución, que nos permite reutilizar más de 8,000 m3 de agua por año. Este proceso permite que el agua que no se vaya al desagüe, sino que, a partir de procesos físicos y biológicos, se utilice para el riego de nuestras áreas verdes.

(GRI 303, 3-3)

Parámetro	Unidad	2022	2021	2020
Total	m3	125,240	355,156	198,129
	megalitros	125.24	355.16	198.12

(GRI 303-5)

## 7.4 Gestión de residuos

Logramos aumentar nuestra tasa de reciclaje y reducir la generación de residuos. Aumentamos a 21% el reciclaje respecto al año anterior, superando la meta propuesta que fue de 20 %.

(GRI 306, 3-3)



# 7. Medio Ambiente

1 Sodimac y Maestro

2 Gobierno corporativo

3 Clientes

4 Proveedores

5 Asesores

6 Comunidad

7 Medio Ambiente

## Residuos sólidos dispuestos

Residuo sólido (t)	2022		2021		2020	Destino
Papel / Cartón	893	16 %	1,202	15 %	0.7	Reutilización o reciclaje
Plástico	214	4 %	240	3 %	0.2	
Madera	74	1 %	52	1 %	---	
Residuos reutilizable o para reciclaje	1,181		1,494		0.9	
Desmedro peligroso	264	5 %	296	4 %	365	Relleno de seguridad
Desmedro no peligroso	4,124	74 %	6,305	78 %	2,461	Relleno sanitario
Desmedro	4,388		6,601		2,826	
<b>TOTAL</b>	<b>5,569</b>		<b>8,095</b>		<b>3,608.9</b>	

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

GRI 306-3) (GRI 306-4) (GRI 306-5)

Al comercializar aparatos eléctricos y electrónicos, nos hemos comprometido con el reciclaje de estos productos en ferias ambientales y en alianza con las municipalidades hemos acordado implementar los Puntos Limpios. Por eso, en el 2022 recibimos el premio RECOLECC por nuestra gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos que logró reciclar 114 toneladas de RAEE.

(GRI 306-1) (GRI 306-2)

## Puntos Limpios

Implementamos ocho Puntos Limpios en nuestras tiendas con el objetivo de promover el reciclaje de plástico, papel, cartón, vidrio y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de nuestros/as asesores/as y clientes/as.

Los residuos generados son donados a los recicladores formales de los distritos donde se ubican nuestras tiendas, de esta manera apoyamos al programa de segregación en la fuente y recolección de residuos sólidos de las municipalidades a nivel nacional, logrando valorizar +1,000 kg de residuos.

Nuestra meta para el 2023 es contar con 21 Puntos Limpios en el Perú.

(GRI 306-1) (GRI 306-2)



# Índice de contenidos GRI

Declaración de uso	Sodímac — Maestro han presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del 2022 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021.
Estándares sectoriales GRI aplicables	No hay estándares sectoriales aplicables.

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 102: Contenidos generales 2016	2-1 Detalles organizacionales	5,20	---		
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	5	---		
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	5	---		
	2-4 Actualización de la información	No se actualizo información	---		
	2-5 Verificación externa	No se realiza verificación externa del reporte	---		
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	35,41	---		
	2-7 Empleados	46,47	---		
	2-8 Trabajadores que no son empleados	47	---		
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	20,21,23	---		
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	20	---		
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	20	---		

# Índice de contenidos GRI

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 102: Contenidos generales 2016	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	20,21,23	---		
	2-13 Delegación de la responsabilidad de la gestión de los impactos	21	---		
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	23			
	2-15 Conflictos de interés	26,29			
	2-16 Comunicación de inquietudes y críticas	---	2-16	Información no disponible	No se mantiene registro
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		2-17	Información no disponible	No se mantiene registro
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	20,21	---		
	2-19 Políticas de remuneración	51			
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	51	---		
	2-21 Ratio de compensación total anual	---	2-21	Información confidencial	Privacidad de la información

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 102: Contenidos generales 2016	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	6,7	---		
	2-23 Compromisos y políticas	11,12,13,32	---		
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	11,32,33	---		
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	32,33	---		
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	24	---		
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	29	---		
	2-28 Afiliación a asociaciones	17	---		
	2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	14,15,16	---		
	2-30 Convenios de negociación colectiva	33	---		



Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 3 Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	17	---		
	3-2 Lista de temas materiales	18	---		
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO ECONÓMICO</b>					
<b>GRI 201 Desempeño económico</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	23	---		
GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	24	---		
<b>GRI 202 Presencia en el mercado</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	49,50			
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	51	---		
<b>GRI 204 Prácticas de abastecimiento</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	41	---		
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	41	---		
<b>GRI 205 Anticorrupción</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	27,28	---		
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	28	---		
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	28	---		
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	28	---		

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
<b>GRI 206 Competencia desleal</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	28	---		
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	29	---		
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL</b>					
<b>GRI 302 Energía</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	72,75	---		
GRI 3: Temas materiales 2021	302-1 Consumo energético dentro de la organización	71,75,77	---		
	302-3 Intensidad energética	76	---		
	302-4 Reducción del consumo energético	75	---		
<b>GRI 303 Agua y efluentes</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	72,77			
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5 Consumo de agua	77			
<b>GRI 305 Emisiones</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	72	---		
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	73	---		
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	73	---		
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	73	---		

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 305: Emisiones 2016	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI				
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	73			
<b>GRI 306 Residuos</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	72	---		
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	72,78	---		
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	72,78	---		
	306-3 Residuos generados	78	---		
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	78	---		
	306-5 Residuos destinados a eliminación	78	---		
<b>GRI 308 Evaluación ambiental de los proveedores</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	41,42			
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	42	---		
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	42	---		
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL</b>					
<b>GRI 401 Empleo</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	48,49	---		
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	49	---		

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 401: Empleo 2016	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	49,54	---		
<b>GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	61,62,63,64	---		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	61			
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	61			
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	62			
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	63			
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	63			
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	64			
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	61			
	403-9 Lesiones por accidente laboral	64,65			
	<b>GRI 404 Formación y enseñanza</b>				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	54, a 59			
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	57			
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	60			

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
<b>GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	65,66,67	---		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	67	---		
<b>GRI 406 No discriminación</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	65,66,67	---		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	27	---		
<b>GRI 407 Libertad de asociación y negociación colectiva</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	33	---		
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	No se han identificado operaciones y proveedores en las que el derecho indicado esté en riesgo	---		
<b>GRI 413 Comunidades locales</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	69	---		
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	69,70	---		
<b>GRI 414 Evaluación social de los proveedores</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	41,42	---		
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	42	---		
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	42	---		

Estándar GRI/Otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión		
			Requisitos omisión	Motivo	Explicación
<b>Contenidos generales</b>					
<b>GRI 415 Política pública</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales		---		
GRI 415 Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos		---		
<b>GRI 416 Salud y seguridad de los clientes</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	36,37,38	---		
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	38	---		
<b>GRI 417 Marketing y etiquetado</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	38	---		
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	39	---		
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	39	---		
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	39	---		
<b>GRI 418 Privacidad del cliente</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	36	---		
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	36,39	---		







# Índice del Pacto Mundial

DERECHOS HUMANOS	PÁGINA
<b>DERECHOS HUMANOS</b>	
Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.	11,32,33
Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.	11,32,33
<b>TRABAJO</b>	
Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.	33
Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	---
Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.	---
Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	65,66,67
<b>MEDIOAMBIENTE</b>	
Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.	72
Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	72 a 78
Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medioambiente.	72 a 78
<b>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN</b>	
Principio 10: las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.	22,28



# Alineamiento a ODS

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

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
<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 8,000 personas.</li> <li>Ejecutamos el programa <b>Construyendo Juntos/as Empleabilidad</b> en el que fortalecemos las capacidades para el empleo en comunidades vulnerables.</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 <b>#JuntosNosCuidamos</b> enfocado en promover el bienestar físico, emocional y calidad de vida en nuestros/as asesores/as.</li> </ul>
<p>EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> 	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos/as.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escuela de Excelencia: iniciativa dirigida a nuestros/as asesores/as y enfocada en brindar la mejor experiencia de compra para nuestros/as clientes/as.</li> <li>Programas dirigidos a Maestros/as, especialistas y clientes profesionales: capacitaciones digitales y la Gran Feria de Capacitación.</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: <b>Mujeres Conectadas</b>, enmarcado en la estrategia de Diversidad e Inclusión. Este tiene como objetivo lograr el 40 % de mujeres en puestos de liderazgo para el 2025.</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
<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/as.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizamos una Debida Diligencia en Derechos Humanos, enmarcada en 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 nuestros/as asesores/as.</li> <li>Programa <b>Construyendo Juntos/as Empleabilidad</b>, en el que se fortalecen las capacidades de empleo de la comunidad.</li> <li>Programas laborales de inclusión: <b>Junto a Ti y Espíritu Joven</b>.</li> <li>Programa <b>#CrecemosJuntos</b>, enfocado en el crecimiento y desarrollo de MYPES, PYMES y emprendedores peruanos.</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>Implementación de iluminación led en tiendas y proyecto de luminaria inteligente a una zona ampliada de nuestro Centro de Distribución.</li> </ul>
<p>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	Reducir la desigualdad en y entre los países.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa <b>Construyendo Juntos/as Empleabilidad</b>.</li> <li>Estrategia EDIPVI, orientada a promover espacios seguros, diversos y con igualdad de oportunidades. Programas que los complementan: <b>Mujeres Conectadas, Nuevas Masculinidades, Espíritu Joven, Junto a Ti y Comunidad LGBT+ y Aliad@s</b>.</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
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>Mejoramiento de espacios a través de nuestra Estrategia de Comunidad: alianzas con TECHO-Perú y Fe y Alegría. Donaciones enfocadas en mejoramiento de espacios. Voluntariado Corporativo.</li> </ul>
CONSUMO RESPONSABLE 	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reciclaje de residuos reutilizables y disposición adecuada de residuos no reutilizables.</li> <li>Implementación de Puntos Limpios enfocados en fomentar el reciclaje en clientes/as.</li> </ul>
ACCIÓN POR EL CLIMA 	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	<ul style="list-style-type: none"> <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. Puntos Limpios, ferias de reciclaje RAEE</li> <li>Plan +BICI, buscando fomentar el transporte alternativo.</li> </ul>

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
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 guía nuestra gestión.</li> <li>Transparentamos nuestros principales indicadores financieros y no financieros de forma anual a través de la publicación del Reporte de Sostenibilidad.</li> <li>Contamos con un 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> </ul>
ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	Alianzas consolidadas para viabilizar: <ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia de Comunidad: alianzas con TECHO-Perú, Enseña Perú y Fe y Alegría.</li> <li>Voluntariado Corporativo en alianza con la plataforma PROA.</li> <li>Alianzas estratégicas con nuestros proveedores priorizados.</li> <li>Desafío Kunan: MYPES, PYMES y emprendimientos.</li> <li>Participación con MIMP Y MINTRA en el marco de nuestros programas de Diversidad e Inclusión.</li> </ul>



# Métricas Gestión de Personas

## Métricas Gestión de Personas

Tipo de contrato	2022		2021		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Indefinido	4,545	3,351	5,485	3,920	5,505	3,985
Plazo fijo	51	69	4	4	185	131
<b>Total general</b>	<b>4,596</b>	<b>3,420</b>	<b>5,489</b>	<b>3,924</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>

## Asesores/as por tipo de jornada y sexo

Contrato laboral	2022			2021			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Jornada completa	4,200	2,666	6,866	4,756	2,807	7,563	4,796	2,731	7,527
Jornada parcial	396	754	1,150	733	1,117	1,850	894	1,385	2,279
<b>Total general</b>	<b>4,596</b>	<b>3,420</b>	<b>8,016</b>	<b>5,489</b>	<b>3,924</b>	<b>9,413</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>	<b>9,806</b>

## Asesores/as por categoría laboral y por sexo

Asesores/as por categoría laboral y por sexo	2022
Nivel gerencial	36 %
Nivel jefatura	38 %
Nivel profesional	68 %
Nivel operativo	43 %

## Asesores/as por categoría laboral y por sexo

Cargo	2022			2021			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Administrativos	293	187	480	361	266	627	387	362	749
Alta gerencia	7	3	10	8	3	11	8	3	11
Gerencias medias	7	12	19	58	21	79	63	19	82
Mandos intermedios	64	59	123	535	418	953	520	311	831
Operaciones	4,176	3,059	7,235	2,268	1,354	3,622	2,430	1,845	4,275
Vendedores	49	100	149	2,259	1,862	4,121	2,282	1,576	3,858
<b>Total general</b>	<b>4,596</b>	<b>3,420</b>	<b>8,016</b>	<b>5,489</b>	<b>3,924</b>	<b>9,413</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>	<b>9,806</b>

## Asesores/as por región y por sexo

Zona	2022			2021			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Lima y Callao	2,831	2,374	5,205	3,413	2,708	6,121	3,559	2,806	6,365
Centro	167	100	267	193	111	304	192	123	315
Norte	1,047	537	1,584	1,218	654	1,872	1,231	691	1,922
Sur	551	409	960	665	451	1,116	708	496	1,204
<b>Total general</b>	<b>4,596</b>	<b>3,420</b>	<b>8,016</b>	<b>5,489</b>	<b>3,924</b>	<b>9,413</b>	<b>5,690</b>	<b>4,116</b>	<b>9,806</b>

### Número total y tasa de rotación por grupo etario, sexo y región 2022

Región	Sexo	Ceses 2022			Rotación 2022		
		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	511	340	60	60.0%	21.7%	17.2%
Lima y Callao	F	360	264	24	49.9%	18.6%	12.7%
Zona centro	M	26	28	5	44.1%	29.2%	62.5%
Zona centro	F	11	14	3	29.7%	23.7%	15.0%
Zona norte	M	171	101	6	48.3%	16.2%	11.8%
Zona norte	F	81	63	2	49.7%	17.6%	16.7%
Zona sur	M	90	82	8	50.3%	25.4%	20.0%
Zona sur	F	34	46	5	29.3%	17.8%	18.5%
<b>Total</b>		<b>1,284</b>	<b>938</b>	<b>113</b>	<b>51.8%</b>	<b>19.9%</b>	<b>16.6%</b>

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

Región	Sexo	Ceses			Rotación 2021		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y Callao	M	210	71	3	24.7%	4.5%	0.9%
Lima y Callao	F	209	114	6	29.0%	8.0%	3.2%
Zona centro	M	23	11	0	39.0%	11.5%	0.0%
Zona centro	F	14	9	0	37.8%	15.3%	0.0%
Zona norte	M	88	24	1	24.9%	3.9%	2.0%
Zona norte	F	38	20	0	23.3%	5.6%	0.0%
Zona sur	M	48	21	1	26.8%	6.5%	2.5%
Zona sur	F	31	20	0	26.7%	7.7%	0.0%
<b>Total</b>		<b>661</b>	<b>290</b>	<b>11</b>	<b>26.7%</b>	<b>6.2%</b>	<b>1.6%</b>

### Tasa de rotación voluntaria 2022

	2022	2021
Cese	25.4 %	16.5 %
Rotación	29.7 %	18.2 %

(GRI 401-1)

### Número de asesores/as por grupo etario y sexo 2022, 2021 y 2020

Género	2022						2021						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	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	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años			
Mujeres	1,064	2,125	231	1,451	2,233	240	1,746	2,153	217	1,746	2,153	217	1,746	2,153	217			
Hombres	1,492	2,655	449	2,152	2,844	493	2,461	2,753	476	2,461	2,753	476	2,461	2,753	476			
<b>Total</b>	<b>2,556</b>	<b>4,780</b>	<b>680</b>	<b>3,603</b>	<b>5,077</b>	<b>733</b>	<b>4,207</b>	<b>4,906</b>	<b>693</b>	<b>4,207</b>	<b>4,906</b>	<b>693</b>	<b>4,207</b>	<b>4,906</b>	<b>693</b>			

### Número de asesores/asesoras con discapacidad, por sexo, 2022 (Programa Junto a Ti)

Criterio	2022	2021	2020
Total	118 – 1.5 %	118 – 1.5 %	118 – 1.5 %
<b>Sexo</b>			
• Hombres	62 %	62 %	62 %
• Mujeres	38 %	38 %	38 %
<b>Tipo de discapacidad</b>			
• Visual	10 %	10 %	10 %
• Motora	59 %	59 %	59 %
• Auditiva	18 %	18 %	18 %
• Neurológica	8 %	8 %	8 %
• Otras	5 %	5 %	5 %
<b>Región</b>			
• Lima	66 %	66 %	66 %
• Provincias	34 %	34 %	34 %

### Diferencia salarial de género, por categoría laboral

Asesores/as por categoría laboral y por sexo	Mujeres	Hombres	Brecha salarial 2022
Nivel gerencial	S/10,234	S/10,228	-S/6
Nivel jefatura o coordinaciones	S/3,030	S/3,054	S/23
Nivel profesional	S/2,430	S/2,150	-S/281
Nivel operativo	S/1,032	S/1,177	S/145





(GRI 102-53)

**RAZÓN SOCIAL:**

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

**COMENTARIOS O SUGERENCIAS, CONTACTAR A:**

Adriana Del Aguila  
Coordinadora de Sostenibilidad  
E: [adelaquila@sodimac.com.pe](mailto:adelaquila@sodimac.com.pe)

**COORDINACIÓN Y EDICIÓN DEL CONTENIDO**

MEspinosa S.A.C.  
María Luisa Espinosa Talavera

**DIAGRAMACIÓN**

Splash Creativo S.A.  
Camela Soto Ramos

**FOTOGRAFÍAS**

Archivos Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

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

[www.sodimac.com.pe](http://www.sodimac.com.pe)  
Teléfono: (511) 2119500

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

