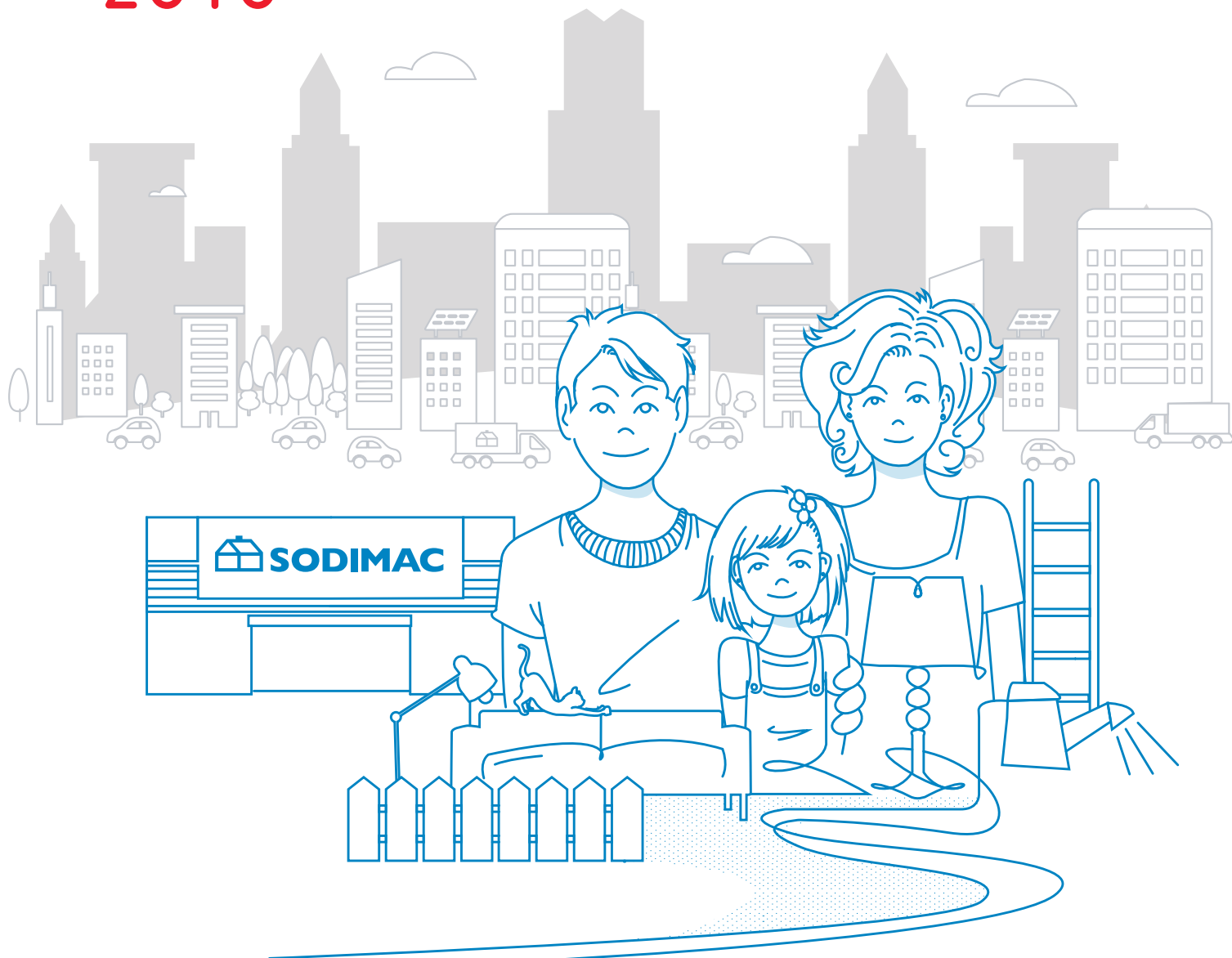


REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD

2018



*Juntos contruimos sueños y proyectos de hogar*

## **RAZÓN SOCIAL:**

Sodimac Perú S.A.  
R.U.C. 20389230724

## **COMENTARIOS O SUGERENCIAS, CONTACTAR A:**

Natalia Silva  
Jefa de Clima y Sostenibilidad  
Recursos Humanos  
E: [nsilvame@sodimac.com.pe](mailto:nsilvame@sodimac.com.pe)

## **COORDINACIÓN Y EDICIÓN DEL CONTENIDO**

MEspinosa S.A.C.  
María Luisa Espinosa Talavera  
Susy Nakamoto Ishara

## **DIAGRAMACIÓN**

Aurora Espinosa T.

## **FOTOGRAFÍAS**

Archivos Sodimac Perú

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

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

REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD

2018



*Juntos contruimos sueños y proyectos de hogar*



# CONTENIDO

A nuestros grupos de interés

**09**

1. Nuestro reporte de sostenibilidad 2018

**10**

2. Sodimac Perú

**17**

3. Gobierno corporativo

**28**

4. Integridad

- 4.1 Cultura
- 4.2 Eficacia
- 4.3 Derechos humanos
- 4.4 Anticorrupción
- 4.5 Competencia desleal
- 4.6 Sistema de Integridad
- 4.7 Cumplimiento regulatorio
- 4.8 Política pública

**44**

5. Desempeño económico

**47**

6. Sostenibilidad

- 6.1 Política de Sostenibilidad de Sodimac Perú
- 6.2 Pilares de sostenibilidad: nuestros grupos de interés
- 6.3 Diálogo con nuestros grupos de interés
- 6.4 Estructura del área de Sostenibilidad
- 6.5 Plan estratégico de Sodimac Perú
- 6.6 Index de Sostenibilidad Sodimac
- 6.7 Temas estratégicos de sostenibilidad





# 59

## 7. Asesores y asesoras

- 7.1 Nuestras dimensiones
- 7.2 Empleo
- 7.3 Presencia en el mercado
- 7.4 Diversidad e igualdad de oportunidades
- 7.5 Capacitación
- 7.6 Salud y seguridad en el trabajo

# 96

## 8. Clientes

- 8.1 Calidad y seguridad del cliente

8.2 Comercio y marketing responsable

8.3 Privacidad de los clientes

# 103

## 9. Proveedores

# 109

## 10. Comunidad

# 116

## 11. Medioambiente

- 11.1 Gestión del medioambiente
- 11.2 Consumo de energía
- 11.3 Huella de carbono
- 11.4 Residuos sólidos

# 130

## 12. Índice de contenidos GRI



# A nuestros grupos de interés

(GRI 102-14)

Durante el 2018 estuvimos comprometidos en seguir desarrollando una compañía sostenible, que impacta positivamente a nuestros grupos de interés y estos avances no serían posibles sin el apoyo y compromiso de nuestros proveedores, asesores y asesoras, quienes se esfuerzan día a día para cumplir con nuestro propósito: **“juntos construimos sueños y proyectos de hogar”**.

Compartimos con ustedes nuestro quinto reporte de sostenibilidad, elaborado bajo la metodología establecida por los estándares GRI (*Global Reporting Initiative*) y tomando en consideración nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los Principios del Pacto Mundial, los lineamientos de la norma ISO 26000 sobre responsabilidad social, el Índice de Sostenibilidad Dow Jones y nuestro indicador interno Index de sostenibilidad corporativo, los cuales nos ayudan a gestionar y mejorar de manera continua la sostenibilidad de nuestro negocio y el entorno sobre el que influimos.

Durante el 2018 nuestro desempeño comercial y económico tuvo importantes avances con respecto al año anterior, y en paralelo desarrollamos múltiples iniciativas para gestionar la sostenibilidad de nuestras acciones presentes y futuras, de las cuales, comparto con Ustedes los principales avances:

Durante 2018 se realizaron los preparativos para la unificación del Registro Único de Contribuyentes (RUC), que unifica tanto a Sodimac Perú S.A. como a Maestro Perú S.A. en una sola razón social: Tiendas de mejoramiento del hogar S.A. Esto se hizo efectivo a partir del 1 de enero del 2019, lo cual nos va a permitir generar mayores oportunidades de desarrollo profe-



Hernán David  
Pérez Arroyave  
Gerente general

sional para nuestras asesoras y asesores, y brindar mejores soluciones a los proyectos de mejoramiento y remodelación del hogar para nuestros clientes.

Así mismo, continuamos con la remodelación de nuestras tiendas bajo el proyecto *Inspira*, a través del cual nos encontramos trabajando en la remodelación del look and feel de las mismas para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Este cambio implica remodelaciones en la infraestructura de nuestras tiendas.

y en paralelo el fortalecimiento del conocimiento técnico y habilidades de atención al cliente de nuestros asesores y asesoras para atender las necesidades de mejoramiento del hogar de nuestros clientes

A raíz del proyecto *Inspira*, estamos terminando de hacer los cambios de luminarias convencionales por luminarias LED, logrando un ambiente más agradable en las tiendas, con menor consumo energético y una mayor vida útil de las luminarias.

Por otro lado, durante los meses de verano (enero a marzo) se lanzó la campaña *Ecotienda*, a través de la cual se buscó que las personas tomen conciencia sobre el mal estado de las playas, y para servir como un punto de partida para generar mejores hábitos con respecto al cuidado del medioambiente; en la *Ecotienda* se intercambiaron los residuos recolectados por los bañistas por productos de temporada. Finalmente, en

línea con las mejoras ambientales que realizamos, asumimos el compromiso de generar conciencia en nuestros clientes alrededor de la importancia en reducir el consumo de bolsas plásticas desechables y reemplazarlas por bolsas de múltiples usos en materiales amigables con el ambiente.

En beneficio de nuestros asesores y asesoras, durante el 2018 realizamos una reforma en el campo de la seguridad y salud ocupacional, implementando el servicio de un médico de cabecera con sus respectivas enfermeras o enfermeros permanentes en cada tienda, quienes se encargan de realizar actividades de prevención, monitoreo ergonómico, pausas activas y monitoreo de madres gestantes entre otros beneficios para nuestros asesores y asesoras. Así mismo, continuamos con nuestra posición de promoción de la equidad y diversidad y emitimos nuestra guía de comunicaciones inclusivas.

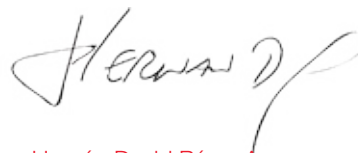
Por otro lado, a nivel del Grupo Falabella, se lanzó el canal de integridad corporativo, que reemplazó al sistema *Eticación* que era manejado localmente por cada país, generando una cultura que facilita y promueve el reporte de cualquier acto que afecte la transparencia y buen comportamiento, tanto de la organización como un todo, como de cualquiera de nuestros directivos y empleados.

Nuestro trabajo sostenido durante el 2018 nos hizo acreedores de una serie de reconocimientos por entes externos que respaldan la seriedad con la que abordamos los procesos

relacionados con la sostenibilidad del negocio, destacando entre otros:

- Segundo puesto en el *ranking* PAR de Aequales
- Décimo Primer puesto en el *Great Place to Work* (GPTW),
- En el concurso de buenas prácticas laborales del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo obtuvimos el primer puesto en la categoría Promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; no discriminación por credo, discapacidad, raza, orientación sexual e igualdad de grupos vulnerables y el segundo puesto en la categoría Eficiencia en la gestión de remuneraciones, política salarial y beneficios a los trabajadores.
- Por quinto año consecutivo, conseguimos el distintivo Empresa Socialmente Responsable otorgado por Perú 2021 y Cemefi de México.

Durante el 2018 estuvimos comprometidos en seguir desarrollando una compañía sostenible, que impacta positivamente a nuestros grupos de interés y estos avances no serían posibles sin el apoyo y compromiso de nuestros proveedores, asesores y asesoras, quienes se esfuerzan día a día para cumplir con nuestro propósito: **“juntos construimos sueños y proyectos de hogar”**.



Hernán David Pérez Arroyave  
Gerente general

# 1. NUESTRO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2018

(GRI 102-50) (GRI 102-51) (GRI 102-52) (GRI 102-53)  
(GRI 102-54) (GRI 102-56) , (GRI 102-45)

Publicamos reportes de sostenibilidad desde el año 2014, con una periodicidad anual; en esta quinta edición, abarcamos el año calendario 2018. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los estándares GRI publicado por el *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Nuestro reporte no ha sido verificado por ninguna organización externa. Al momento, no contamos con una política explícita sobre la verificación externa de nuestros reportes de sostenibilidad. Nuestros estados financieros consideran los resultados económicos de Sodimac Perú S.A y Sodimac Oriente, por lo que el alcance de este reporte considera las actividades que ambas entidades realizan en el territorio peruano.

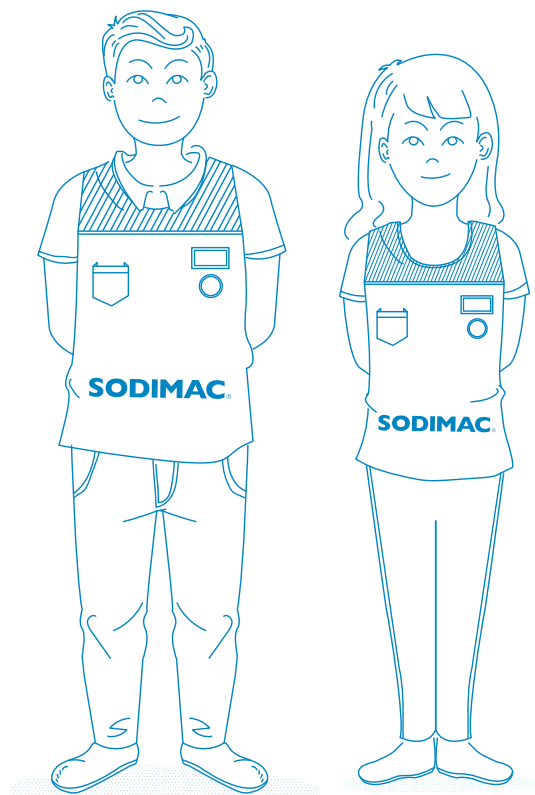
Agradecemos sus comentarios y sugerencias a:

Natalia Silva

Jefa de Clima y Sostenibilidad

Recursos Humanos

E: [nsilvame@sodimac.com.pe](mailto:nsilvame@sodimac.com.pe)





## 2. SODIMAC PERÚ





## 2. Sodimac Perú

(GRI 102-1) (GRI 102-2) (GRI 102-3) (GRI 102-4)  
 (GRI 102-5) (GRI 102-6) (GRI 102-7) (GRI 102-12)  
 (GRI 102-13)

Nos constituimos como Sodimac Perú Sociedad Anónima (S.A.) el 16 de junio de 1998, siendo una persona jurídica de derecho privado que se rige por sus estatutos y la Ley General de Sociedades del Territorio Peruano.

Inicialmente, contamos con un capital de S/ 28,000.00, representados por 28,000 acciones de un valor nominal de S/ 1.00 cada una, suscritas y pagadas, las cuales se suscribieron de la siguiente manera:

- Sodimac S.A. de Chile: 25,200 acciones.
- Sociedad de Créditos Comerciales Ltda.: 1,400 acciones.
- Administradora de Tarjetas de Crédito Comerciales Ltda.: 1,400 acciones.

Actualmente la propiedad de Sodimac Perú S.A. está distribuida de la siguiente manera:

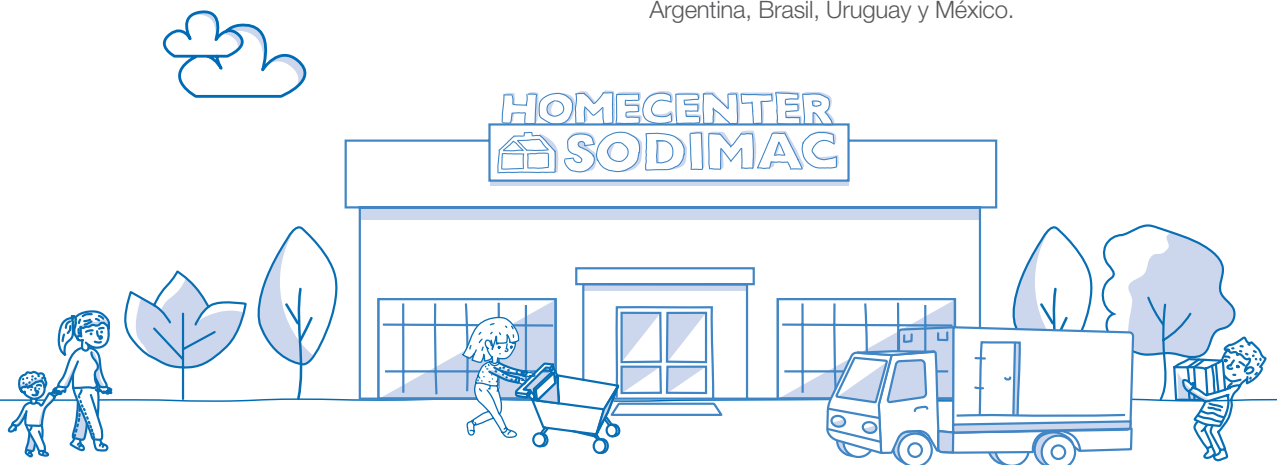
- Falabella Perú S.A.A., titular de 1,530,670,874 acciones. Equivalente al 99.99 % de la propiedad.
- Open Plaza S.A., titular de una acción. Equivalente al 0.01 % de la propiedad.

Todas las acciones tienen un valor nominal de S/ 1.00 y han sido íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

Iniciamos nuestras operaciones en el año 2004 con la apertura de la tienda San Miguel (Lima). En septiembre del 2014 Sodimac Perú adquirió el 100 % de las acciones de su principal competidor en el Perú: la cadena especializada en mejoramiento del hogar y la construcción MAESTRO Perú S.A., consolidando así su estrategia y fortaleciendo el desarrollo internacional del Grupo Falabella.

Nos dedicamos a la venta de materiales de construcción y mejoramiento del hogar. Estamos conformados por dos marcas: Sodimac Homecenter y Sodimac Constructor.

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



En Perú, nuestra oficina central se encuentra en Lima, en la Av. Angamos 1805 Surquillo.

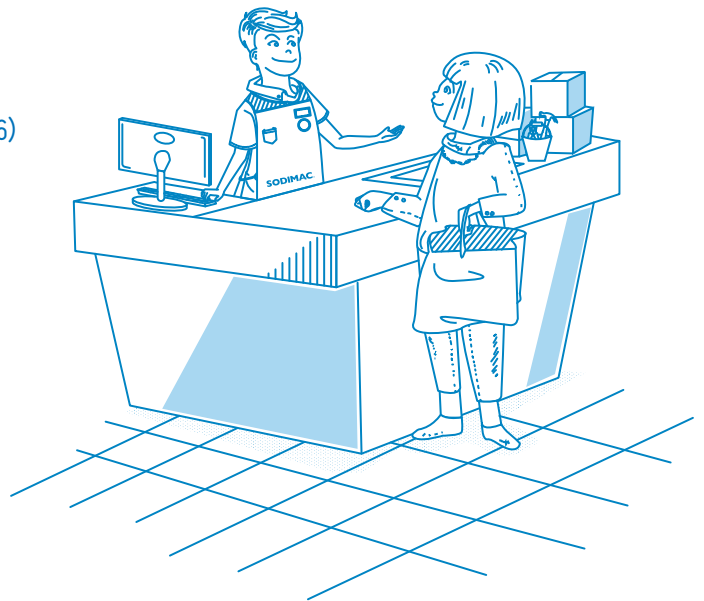
Contamos con 26 tiendas a nivel del territorio nacional, distribuidas de la siguiente manera:

### LIMA (12 tiendas, 1 Centro de distribución y 1 Call Center):

- San Miguel (2004)
- Mega Plaza (2005)
- Atocongo (2006)
- Javier Prado (2007)
- Lima Centro (2008)
- Canta Callao (2008)
- Bellavista (2008)
- Angamos (2010)
- Jockey Plaza (2011)
- Ate (2013)
- San Juan de Lurigancho (2013)
- Villa El Salvador (2014)
- Centro de distribución Lurín (2016) y Call Center

### PROVINCIAS (14 tiendas):

- Chiclayo 1 y 2
- Trujillo 1 y 2
- Ica
- Piura
- Arequipa
- Chimbote
- Cañete
- Huacho
- Pucallpa
- Sullana
- Cajamarca
- Huancayo



Nuestro mercado está compuesto por tres segmentos importantes:

#### 1. Familias:

personas naturales de todos los niveles socioeconómicos. Hombres y mujeres (decisores de compra) que participan de manera directa o indirecta en la adquisición de productos y en cuyos hogares se realiza algún arreglo, mejora, remodelación o construcción.

#### 2. Especialistas y profesionales:

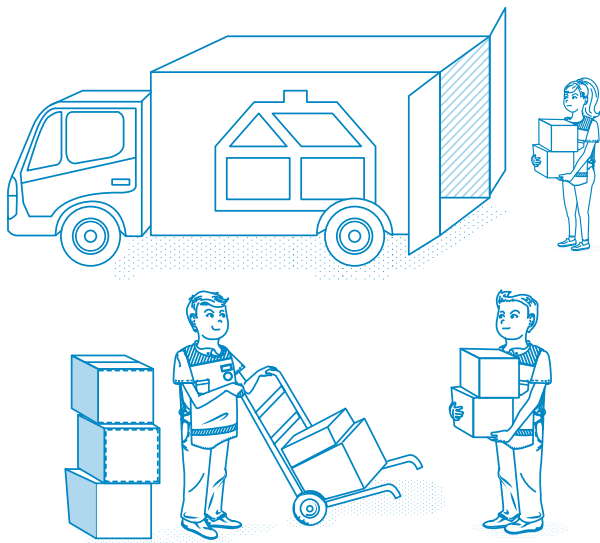
gasfiteros(as), albañiles, carpinteros(as), electricistas, pintores(as), ingenieros(as) civiles, arquitectos(as), contratistas, etc. que se encuentran ejerciendo su profesión y participando en la construcción, remodelación, mantenimiento o decoración de hogares o empresas.

#### 3. Empresas:

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



## Nuestras cifras clave en el año 2018



**6,003**  
ASESORES(AS)

**41.3%**  
MUJERES

**58.7%**  
HOMBRES

OPERACIONES	26 TIENDAS (presencia en diez regiones)	01 CENTRO DE DISTRIBUCIÓN	01 CALL CENTER
-------------	-----------------------------------------------	------------------------------	-------------------

**S/ 1,787,384,224**  
VENTAS NETAS

**5.5%**  
CRECIMIENTO CON RESPECTO AL 2016

**S/932,378,272 (32.5%)**  
DEUDA

CAPITALIZACIÓN

**S/ 1,933,150,512 (67.5%)**  
CAPITAL

PRODUCTOS Y SERVICIOS PROPORCIONADOS

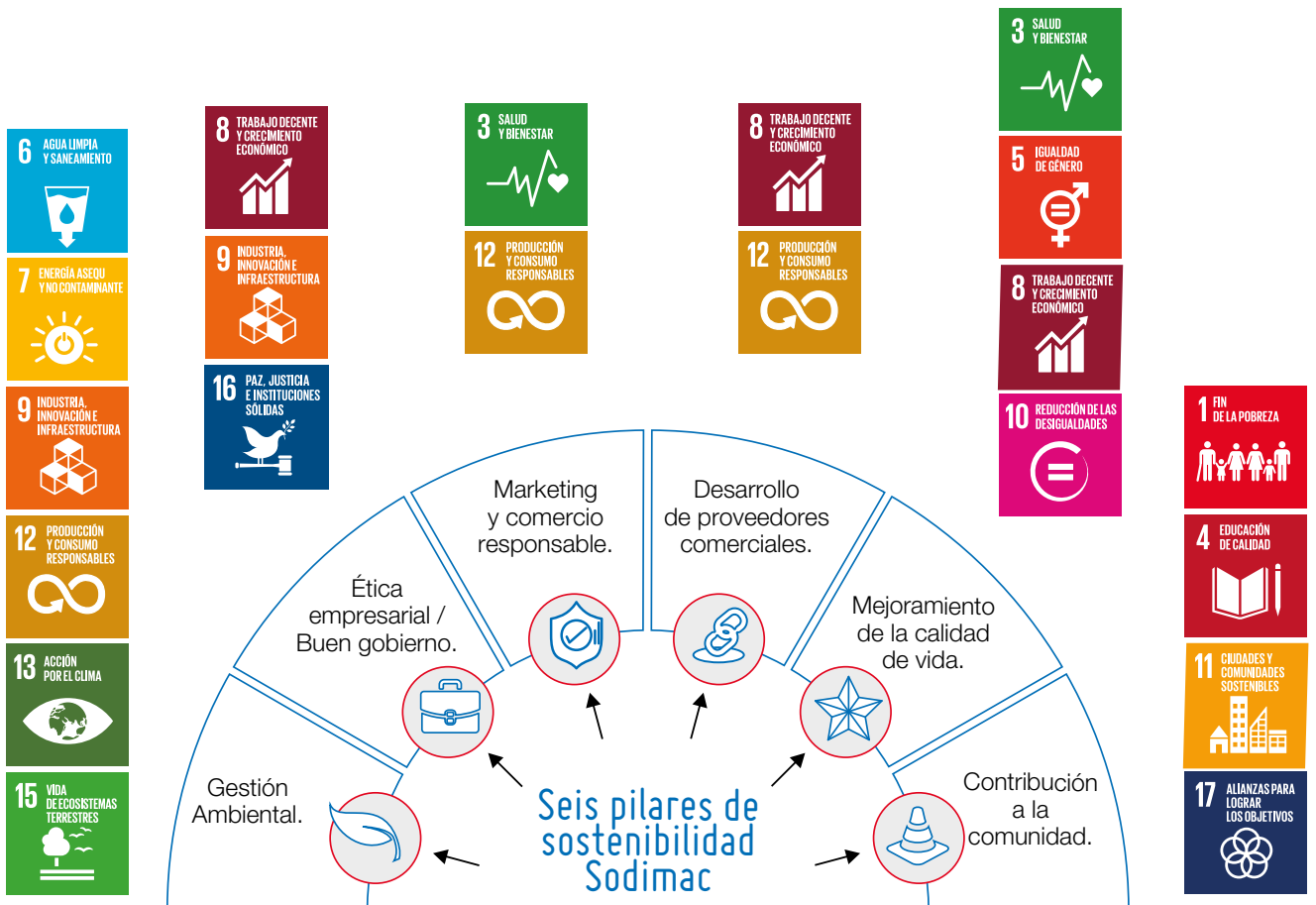
Más de **15,000** productos de construcción y mejoramiento del hogar con los que buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros clientes (as)

## Iniciativas externas

Evaluamos nuestros planes, programas y acciones de sostenibilidad con base en los siguientes mecanismos internacionales:

- Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE.
- Norma ISO 26.000: Responsabilidad Social.
- Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI)*.
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas e Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI).
- Great Place to Work (GPTW).
- Compromiso de Perú frente al cambio climático (Acuerdo de París).

## Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



Al ser Sodimac Perú una empresa privada, tenemos un rol muy importante en la adaptación de medidas que contribuyan a promover la prosperidad, proteger el medioambiente, favorecer al crecimiento económico y cubrir necesidades sociales. Como parte de nuestra gestión, los ODS que buscamos cumplir y los definidos a nivel corporativo son los siguientes:

**8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:** generamos empleabilidad y trabajo formal.

**11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES:** buscamos la mejora y accesos básicos de las comunidades, urbanizaciones y ciudades inclusivas.

**12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE:** uso eficiente de los recursos, energía y evaluación del ciclo del producto.

**13: ACCIÓN POR EL CLIMA:** tomamos medidas para combatir el cambio climático y sus efectos.

Con nuestros programas pretendemos lograr:

**1: FIN DE LA POBREZA.**

**3: SALUD Y BIENESTAR.**

**5: IGUALDAD DE GÉNERO:** brindamos las mismas oportunidades de desarrollo para nuestros asesores y asesoras en nuestra cadena de valor.

**7: ENERGÍA RENOVABLE Y NO CONTAMINANTE.**

**17: ALIANZA PARA LOGRAR OBJETIVOS.**

## Afiliaciones

Somos miembros de las siguientes organizaciones:

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



## Premios y reconocimientos

### ABE

Renovación y distinción Socio Em-  
prendedor de ABE



### Aequales

Segundo puesto *ranking*  
PAR.

### Cámara de Comercio de Lima

Sodimac - Primer puesto por mayor  
preferencia en encuesta de ejecutivos.



### Claro

Empresas comprometidas con el am-  
biente por reciclar celulares en desuso  
- Programa Yo reciclo, yo soy Claro.



### EsSalud

Programa Trabajando Junto a ti y  
miembros de la Red de Em-  
presas Amigas de la Persona con  
Discapacidad.

### GPTW Sudamérica

Puesto 25 - Grupo Falabella.



### Merco Talento Perú

Puesto 24 - Mejor Reputación  
Empresarial y Líder *Retail* Espe-  
cializado.



### Ministerio de Trabajo y Pro- moción del Empleo (MTPE)

Buenas prácticas laborales:  
primer puesto en la cate-  
goría Promoción de la igual-  
dad de oportunidades entre  
hombres y mujeres; no dis-  
criminación por credo, dis-  
capacidad, raza, orientación  
sexual e igualdad de grupos  
vulnerables.

### Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)

Segundo puesto en cate-  
goría Eficiencia en la ges-  
tión de remuneraciones,  
política salarial y benefi-  
cios a los trabajadores.



### Great Place to Work (GPTW) 2018

Décimo primer puesto.

### GPTW Millennials

Décimo primer puesto.

### GPTW Mujeres

Décimo primer puesto.



### Perú 2021 - Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)

Distintivo Empresa Social-  
mente Responsable (quinto  
año consecutivo).



### 3. GOBIERNO CORPORATIVO



## 3.1 Órganos de dirección

(GRI 102-18) (GRI 102-20) (GRI 102-22) (GRI 102-23)  
(GRI 102-24) (GRI 102-35)

Nuestros órganos de dirección son:

1. Junta General de Accionistas
2. Directorio
3. Gerencia

### Junta General de Accionistas

Se reúne obligatoriamente una vez al año; dentro de los tres meses siguientes de finalizado el ejercicio económico. Entre una serie de funciones que puede realizar y que se encuentran detalladas en los estatutos, se pronuncia 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.

### Directorio (estatutario Perú)

El Directorio está compuesto por un número no menor de tres ni mayor de cinco miembros y tiene una duración de tres años. Para ser director no se requiere ser accionista; es un cargo que recae en personas naturales, de acuerdo a sus capacidades. Se eligen tanto directores titulares como suplentes. El Directorio es nombrado por la Junta General de Accionistas en la junta anual.

Para el periodo 2018 los directores de Sodimac Perú fueron los siguientes<sup>1</sup>:

- **Presidente (no ejecutivo<sup>2</sup>):** Juan Fernando Correa Malachowski, de nacionalidad peruana.
- **Director (no ejecutivo):** Juan Xavier Roca Mendenhall, de nacionalidad peruana.
- **Director (no ejecutivo):** Bruno Alberto Funcke Ciriani, de nacionalidad peruana.
- **Director (ejecutivo<sup>3</sup>):** Enrique Armin Gundermann, de nacionalidad chilena.

El presidente del Directorio es el *Country Manager* de Falabella Perú. No ejerce labor ejecutiva directa en Sodimac Perú.

La reunión del Directorio se lleva a cabo una vez al año. Representando a Sodimac Perú asiste el gerente general, quien expone los temas de riesgo y contingencia y los resultados de la empresa:

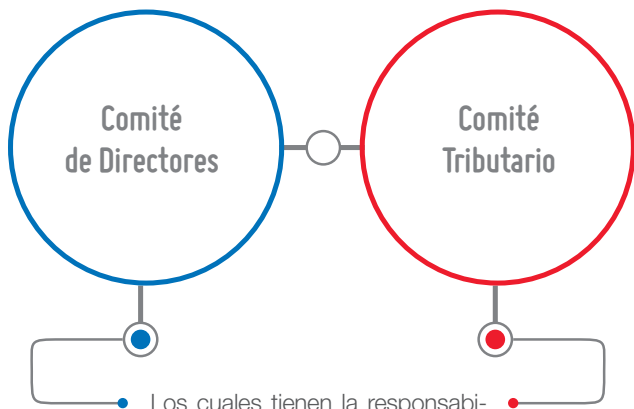
- Presentación de resultados país desagregado por formato y/o línea de negocio (*Retail, Wholesale, NSR, subgrupos*).
- Temas específicos por área (según agenda).
- *Safe Guardian* (contratos entre partes relacionadas, auditoría, riesgo y cumplimiento, juicios y contingencias).

<sup>1</sup> El 100 % de los miembros de Directorio son hombres.

<sup>2</sup> No tiene vínculo laboral con la empresa.

<sup>3</sup> Ejerce labores en Sodimac Perú.

Adicionalmente, se realiza el Comité de Directores y el Comité Tributario



Los cuales tienen la responsabilidad de velar por la veracidad de los resultados reportados por el negocio y la verificación en detalle de los avances respecto al *Safe Guardian* y desarrollo sostenible del negocio.

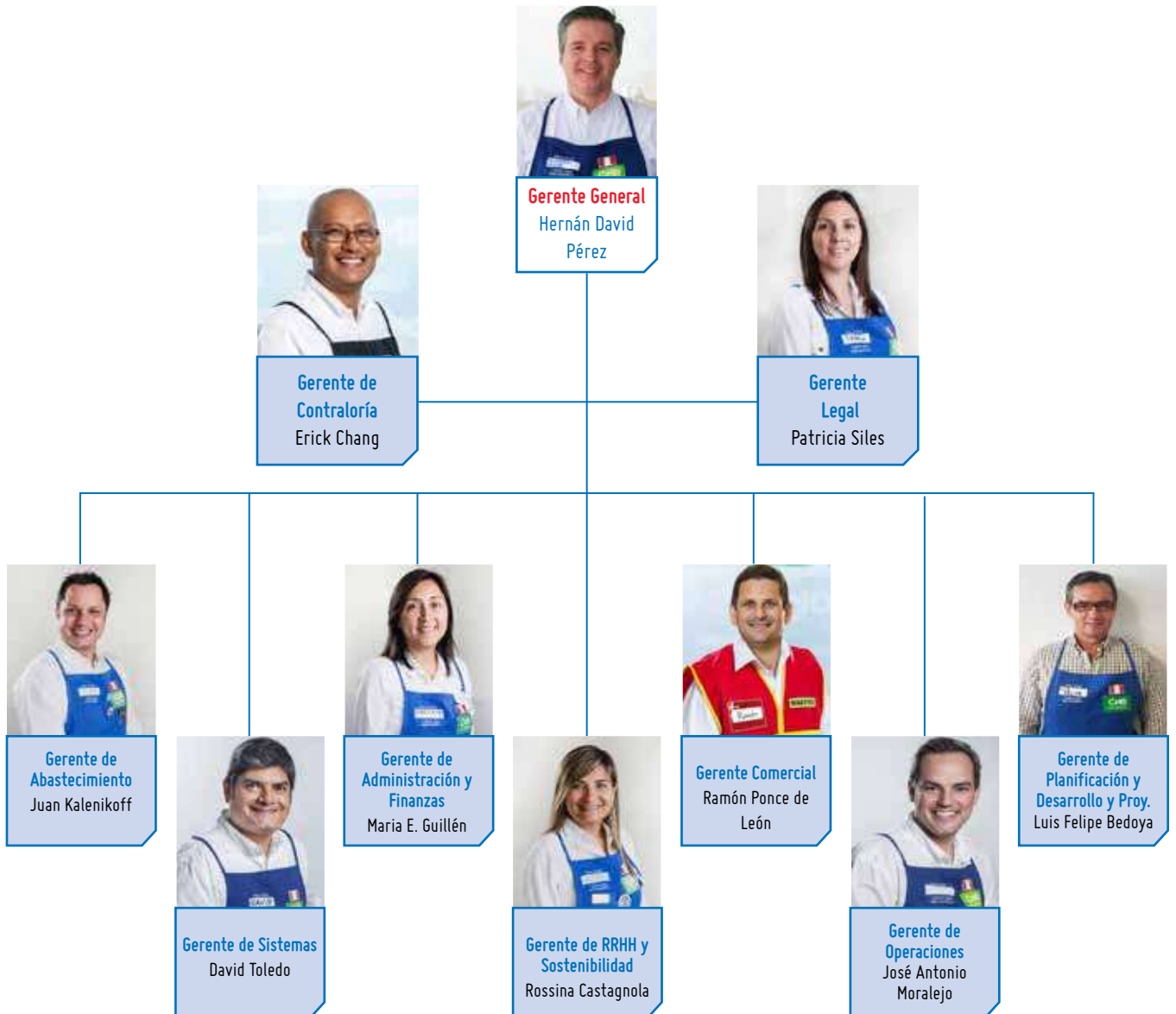
## Otras instancias de control

### Comité ejecutivo de Sodimac Perú

Está conformado por los gerentes de primera línea de Sodimac Perú. Tiene como función garantizar la ejecución directa de las operaciones de la empresa. Oficialmente, no figura como órgano de la sociedad según los estatutos.



## Organigrama Sodimac Perú





Al ser Sodimac Perú parte de un grupo transnacional con sede en Chile, cuenta adicionalmente con dos instancias corporativas dentro de su esquema de gobierno corporativo:

### Comité de gestión país

Cuenta con la asistencia de los gerentes de Sodimac Corporativo y ciertos miembros del comité ejecutivo de Sodimac Perú. Este comité funciona durante los meses que no hay Directorio (estatutario Perú).

El gerente general de Sodimac Perú presenta los resultados de la operación del negocio y el seguimiento del negocio y proyectos:

- Presentación de resultados de Sodimac Perú, desagregado por formato y/o línea de negocio (*Retail, Wholesale, NSR, subgrupos*).
- Temas específicos por área (según agenda), profundizando las prioridades estratégicas alineadas con la dirección de Sodimac Corporativo.

### Equipo ejecutivo y comité ejecutivo corporativo

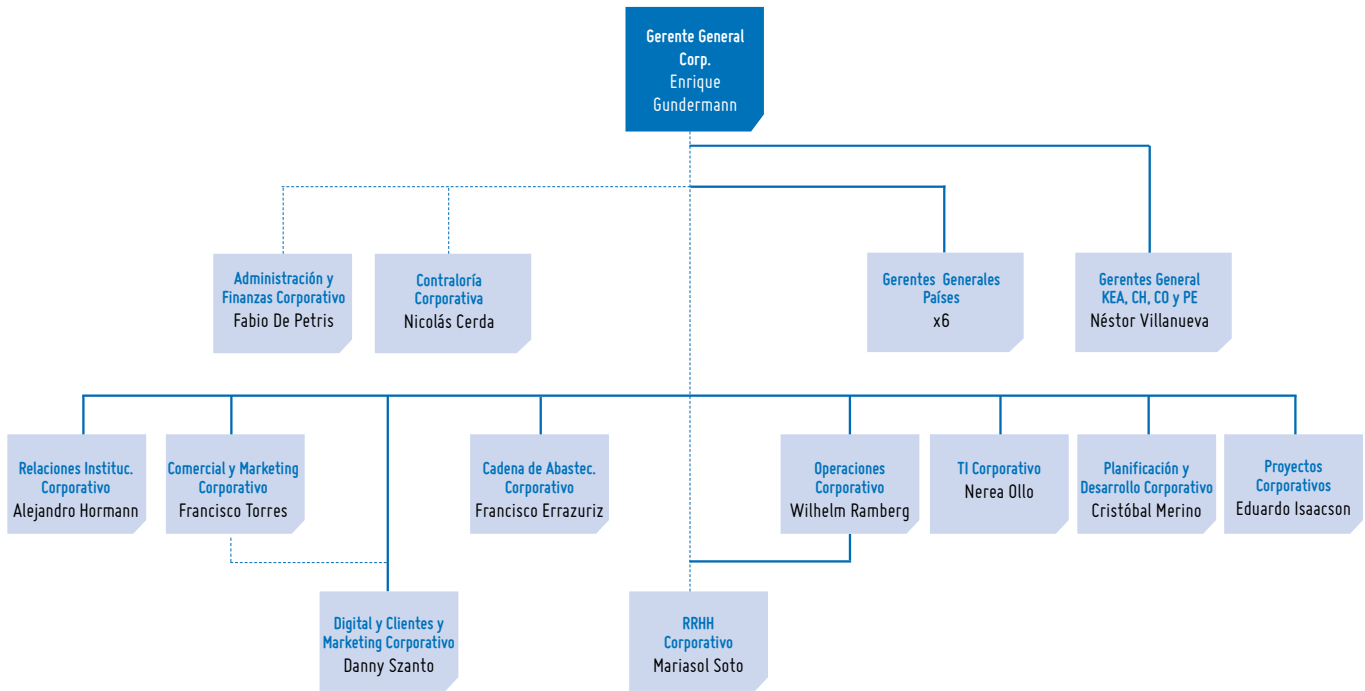
La plana ejecutiva de Sodimac está encabezada por el gerente general corporativo, quien supervisa a los gerentes generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Sodimac Perú y Sodimac México. Además, lidera un comité ejecutivo corporativo, conformado por los gerentes corporativos de cada área, que se reúne semanalmente. Esta estructura permite una dirección del negocio ágil y eficiente en apoyo a la política de internacionalización de la empresa.

La misión del equipo y comité ejecutivo es lograr en todos los mercados un crecimiento responsable, aplicando las sinergias de una operación a escala internacional, pero respetando siempre la cultura y características propias de cada país.

Asimismo, revisan el contexto económico, las ventas, los principales indicadores a todo nivel, los indicadores regionales y los proyectos, y realizan seguimientos a hitos estratégicos.



## Organigrama Corporativo Sodimac



### Políticas de remuneración

Contamos con una política de remuneraciones establecida por Sodimac Corporativo, la cual consiste en dar las pautas de una estrategia de compensación que asegure el cumplimiento de los lineamientos estratégicos de la empresa, mantenga la competitividad en el mercado, genere equidad interna entre las empresas del grupo y logre atraer, motivar y retener el talento.

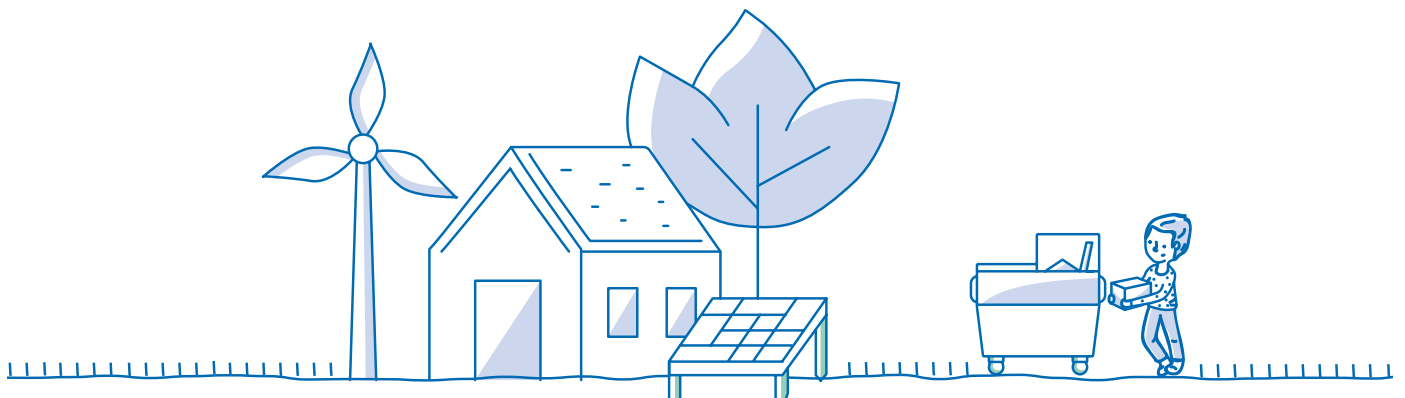
La estructura de compensación se construye sobre la base de tres elementos:

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

- **El bono variable a corto plazo:** retribuido según el desempeño, resultados y contribución de indicadores clave para el negocio, medidos en un periodo anual.
- **Incentivo variable a largo plazo:** incentivo por los resultados del negocio y la capacidad de creación de valor para la empresa a largo plazo.

Cada año se realiza una revisión salarial acompañada de una revisión del desempeño obtenido, estableciéndose tres motivos de incrementos salariales alineadas al reconocimiento de mérito por desempeño, promociones de posición y retención.

Cabe mencionar que, en el año 2018 no hemos presentado ningún caso por despido arbitrario, y por ende, no hemos realizado algún pago por concepto de indemnización. Sin embargo, es importante recalcar que en Sodímac Perú somos respetuosos de las normas laborales y ante un caso de despido arbitrario se procederá con el pago de la indemnización tal como se indica en el artículo 38 del D.S. No. 003-97-TR Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728: Ley de Productividad y Competitividad Laboral: La indemnización por despido arbitrario es equivalente a una remuneración y media ordinaria mensual por cada año completo de servicios con un máximo de doce (12) remuneraciones. Las fracciones de año se abonan por dozavos y treintavos, según corresponda. Su abono procede superado el periodo de prueba. Reglamento: artículos 31, 55, 56 y 74.



## 3.2 Gestión del riesgo

(GRI 102-15) (GRI 102-30)

Nuestro sistema de gestión de riesgos se basa en la norma ISO 31000. Contamos con una estructura de gobierno corporativo, conformado por cuatro comités:

- Comité de seguridad de la información.
- Comité de Auditoría.
- Comité de Ética.
- Comité de Riesgo y Cumplimiento.

En conjunto, estos comités se complementan entre si y velan por el monitoreo permanente de los riesgos asociados al negocio.

El Comité de seguridad de la información, sesiona bimensualmente, con la presencia del oficial de seguridad de la información, auditoría interna, gerente general y algunos miembros del comité de gerencia, y se encarga de monitorear los riesgos asociados a la protección de la información de la compañía y al cumplimiento de la normatividad de protección de datos personales de nuestros clientes y otros grupos de interés. Durante el año 2018 no se presentaron casos de incumplimiento de la ley de protección de datos personales, ni pérdida de información de la compañía.

El Comité de auditoría, es una instancia que sesiona mensualmente, con la presencia de auditoría interna, gerente general y algunos miembros del comité de gerencia y revisa los resultados del programa de auditoría interna, tomando acciones correctivas y preventivas para asegurar el cumplimiento de los



procedimientos del negocio. Durante el 2018, se realizaron 520 auditorías, de las cuales: 423 no tuvieron calificación, 67 tuvieron cumplimiento aceptable o superior, 6 fueron calificadas como áreas o procesos que cumplen sus metas, 19 como áreas o procesos que no cumplen sus metas y 5 tuvieron la calificación de insuficientes. Éstas últimas fueron subsanadas satisfactoriamente.

EL Comité de ética es una instancia que sesiona mensualmente, con la presencia del gerente general, gerente legal, gerente de recursos humanos, oficial de cumplimiento, gerente de auditoría y gerente de operaciones. Se encarga de analizar las denuncias realizadas a la línea ética, y aprobar las acciones correctivas y preventivas para evitar la recurrencia de estos casos.

El Comité de riesgo y cumplimiento de nivel ejecutivo, está dedicado al monitoreo de los riesgos, seguimiento de los planes de reducción de los mismos y despliegue de la cultura de gestión de riesgos en la compañía.

El sistema funciona a través de tres líneas de defensa que actúan de forma sistémica y articulada para asegurar que la compañía opere dentro del límite de apetito y tolerancia al riesgo definido por el nivel corporativo.

El comité de Riesgo y Cumplimiento sesiona mensualmente y está integrado por:

- Gerencia general
- Gerencia de Administración y Finanzas
- Gerencia legal
- Gerencia de Sistemas
- Subgerencia de Riesgo y Cumplimiento

## La Matriz de Riesgos

La principal herramienta de análisis y comunicación de riesgos es la Matriz Integral de Riesgos, la cual está conformada por cuatro matrices:

- Matriz de riesgos operacionales
- Matriz de riesgos físicos
- Matriz de riesgos de cumplimiento regulatorio
- Matriz de riesgos en tecnologías de la información

El impacto potencial de los riesgos es evaluado por la empresa en cuatro dimensiones: impacto en la vida de las personas que trabajan en nuestras tiendas o nuestros clientes, impacto en el cumplimiento regulatorio en las localidades donde operamos, impacto en la reputación corporativa e impacto económico financiero de un evento o sus consecuencias. La empresa ha establecido una ponderación



cuantitativa para cada uno de estos impactos potenciales, siendo el impacto en la vida el que recibe mayor ponderación que los demás. Para la evaluación de aquellos riesgos que tienen el potencial de impactar en más de una dimensión, como por ejemplo, un evento adverso que afecte el cumplimiento regulatorio y a la vez trascienda e impacte la reputación corporativa, la evaluación tiene en cuenta el impacto combinado en ambas dimensiones.

La Matriz integral de Riesgos es reportada trimestralmente al comité de directores por el gerente general.



## El proceso de gestión de riesgos

Se inicia con la identificación de los riesgos por las propias áreas en sus procesos operacionales, luego estos son evaluados en mesas operativas de riesgos con el soporte de la Subgerencia de Riesgo y Cumplimiento. En estas mesas se precisan los riesgos, sus causas y sus niveles de riesgo inherente; seguidamente, se identifican los controles establecidos y se valora el nivel de riesgo residual. Para los riesgos residuales altos y críticos se requiere planes de acción específicos, que implican acciones de gestión orientadas a la reducción de la probabilidad de ocurrencia del escenario de riesgo identificado y/o a la mitigación del impacto potencial de su materialización. Las acciones más comunes para reducir la probabilidad de ocurrencia de los escenarios de riesgos conducen a sustituir controles manuales por controles automatizados o aumentar la confiabilidad de los sistemas de información y tratamiento de datos. Las acciones mitigadoras varían de acuerdo con la naturaleza del riesgo.

Durante el año 2018 se realizó el mapeo de los riesgos de todas las áreas de la empresa, identificando 450 riesgos y priorizando la gestión de 19 de ellos, evaluados como críticos y altos.

La compañía establece objetivos e indicadores claves de gestión de riesgos, tales como el ILI o Índice de Lesiones Incapacitantes, el porcentaje de merma integral, el *uptime* de sistemas críticos de información y el control de altas, bajas y modificaciones de perfiles de usuarios.

## 3.1 Control de operaciones y procesos

(GRI 201: Desempeño económico), (GRI 202: Presencia en el mercado), (GRI 204: Prácticas de abastecimiento), (GRI 302: Energía), (GRI 305: Emisiones), (GRI 306: Efluentes y residuos), (GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores), (GRI 401: Empleo), (GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo), (GRI 404: Formación y enseñanza), (GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades), (GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva), (GRI 413: Comunidades locales), (GRI 414 Evaluación social de los proveedores), (GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 201), (GRI 417: Marketing y etiquetado), (GRI 418: Privacidad del cliente 103-3)

La revisión de Control de Operaciones y Procesos (COPS) consiste en visitas inopinadas a las diferentes áreas de la compañía para validar el cumplimiento de los procesos operativos y administrativos; esta revisión corresponde a la segunda línea de defensa del sistema de gestión de riesgo. Se encuentra conformada por cuatro etapas que son las siguientes: planificación, revisión, reporte con observaciones y seguimiento con levantamiento de los incumplimientos detectados.

La metodología de la revisión de COPS se inicia con la planificación de las áreas que se van a revisar durante el año. Para ello, verificamos los procedimientos operacionales de la compañía y las directivas vigentes. Posteriormente, se elabora un cronograma de auditorías que se ejecutan durante el año.





## 4. INTEGRIDAD





## 4.1 Cultura

(GRI 102-16)

### MISIÓN

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

### VISIÓN

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

### PROPÓSITO

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

### NUESTROS VALORES

REIR es costumbre en esta casa.





Compartimos prácticas ejemplares con nuestros grupos de interés. Nuestros valores corporativos son esenciales y expresan el resumen de lo que somos, lo que creemos y nos identifica, dando valor único a nuestras operaciones y ventajas competitivas que nos hacen distintos. El respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad nos inspiran a mirar el futuro con optimismo y lograr el propósito diario de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y la comunidad.



### Respeto:

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

- Ponerte en el lugar del otro
- Actitud buena onda
- Trabajando en equipo

### Excelencia:

estamos orientados al servicio, poniendo al cliente siempre como prioridad, hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser cada vez mejores.

- Ponemos al cliente al centro
- Honramos nuestros compromisos
- Dando lo mejor de mí

### Integridad:

somos honestos, transparentes, y juntos buscamos ser coherentes entre lo que decimos y hacemos.

- Liderando con el ejemplo
- Siendo claros y transparentes
- Asegurando coherencia entre lo que digo y hago

### Responsabilidad:

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

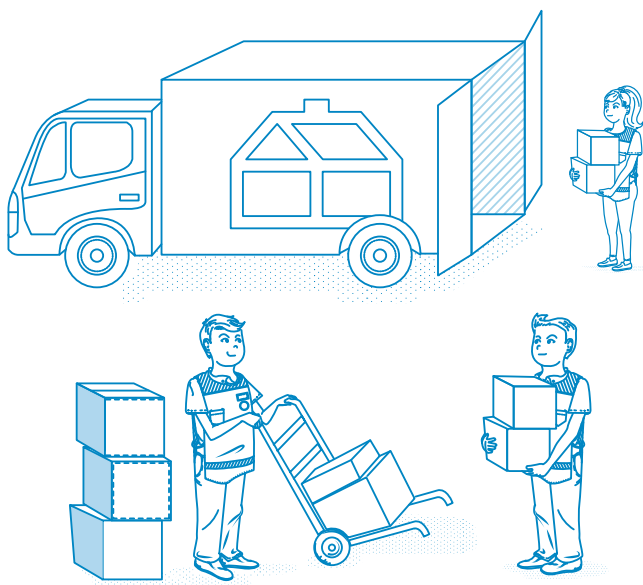
- Valorando y disfrutando mi trabajo
- Podemos decir que NO y ofrecemos alternativas
- Tenemos sentido de urgencia

## Nuestra cultura

La cultura Sodimac es una forma de vivir, hacer y sentir. Esto es lo que nos caracteriza; por eso somos alegres, creativos, líderes, constructores de sueños, auténticos, dinámicos, prácticos, diversos, comprometidos y solidarios. Construimos juntos, corremos riesgos, aprendemos de nuestros errores, creemos en nuestra gente y la valoramos, actuamos con transparencia, nos encanta vender, nos hace felices, tenemos espíritu de servicio y estamos orgullosos de pertenecer a nuestra empresa.

Elementos culturales que nos caracterizan:

- Todos nos llamamos asesores o asesoras
- Sentido de la familia
- Nuestra cazadora<sup>4</sup> es símbolo de identidad e integración
- El desarrollo de las personas es nuestra base
- Política de puertas abiertas
- Nuestro grito es el ritual que nos da fuerza



## Nuestro relato corporativo

Somos una empresa dedicada al mejoramiento del hogar; hemos crecido y contamos con distintas empresas que constituyen nuestra identidad. Hoy somos Sodimac, Maestro, Dico, Imperial, Homy, Constructor, Homecenter, Construdecor, y juntos tenemos una gran historia que seguirá creciendo en personas y países con un fuerte sentido de colaboración. Somos parte del Grupo Falabella, cuya inspiración es el servicio. Estamos orgullosos de ser una empresa diversa, de vocación global, en la que nuestras diferencias y múltiples estilos culturales representan verdaderos aportes que nutren nuestro propósito, porque juntos construimos sueños y proyectos de hogar. Nuestra mirada de éxito está en crecer, ser rentable y ser la empresa más querida, admirada y respetada por nuestros asesores, asesoras, proveedores, clientes y comunidades en todo el Perú. Sabemos que el cariño solo se logra cuando vivimos el **REIR**: este es nuestro sello, una actitud simple y profunda para vivir el trabajo y nuestras relaciones basados en el **RESPECTO**, hacer las cosas con **EXCELENCIA** y actuar siempre de manera **ÍNTEGRA** y con **RESPONSABILIDAD** frente a nuestros impactos. Nuestro desafío es mirar el futuro para entender cómo seguiremos aportando a nuestros clientes(as) y comunidades para mejorar su calidad de vida en el hogar. Debemos estar dispuestos y ser capaces de adaptarnos a las nuevas necesidades de los distintos estilos de vida, así como innovar y sobre todo colaborar. Somos nosotros, los asesores y asesoras de la empresa, los que hacemos esto posible.

<sup>4</sup> Cazadora: delantal, mandil.

## 4.2 Eticacción

(GRI 102-16)

### Código de Ética

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

El código reúne un conjunto de normas que debemos aplicar en el trabajo, otorgándoles sello y estilo propios a nuestra forma de relacionarnos y de concebir y hacer negocios. Por ello, estas normas se aplican a todos los que formamos parte de Sodimac Perú, sin excepción alguna.

Efectuamos negocios y nos relacionamos con terceros, guiados siempre por el cumplimiento de las leyes y las normas éticas. Recurrir a las orientaciones que tiene este código y aplicándolo en toda circunstancia tendremos el mejor fundamento para construir una empresa cada vez más respetuosa de los derechos de cada uno. Al ser conscientes de nuestros deberes, seremos efectivos y otorgaremos armonía y satisfacción a nuestro equipo.



## 4.3 Derechos humanos

(GRI 406 no discriminación 103-1, 103-2) (GRI 407-1)  
(GRI 407 libertad de asociación y negociación colectiva 103-1, 103-2)

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

Durante el 2018 fortalecimos nuestro compromiso con la ética y la transparencia, y difundimos nuestro portal de atención a consultas y reclamos sobre estos temas, denominado Canal de Integridad (antes Eticacción hasta octubre del 2018), el cual está puesto a disposición de los asesores, asesoras, ejecutivos o directores de la compañía o terceros (clientes, proveedores y/o accionistas).

### No discriminación

Nuestra organización cuenta con un programa denominado **PLAN DE EQUIDAD, DIVERSIDAD Y PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA (EDIPVI)** que tiene como objetivo generar conciencia en nuestros asesores y asesoras acerca del respeto a la diversidad, la equidad de género e igualdad de oportunidades y transmitir una cultura de paz en nuestros equipos y la comunidad donde nos desarrollamos.

Este plan cuenta con varios componentes:

- Principios y políticas
- Pilares de la Equidad y Diversidad
- Rol del Gestor(a) EDIPVI
- Ruta de la Equidad
- Canal de Integridad
- Canal de soporte psicológico y legal: Confía
- Plan de beneficios JUNTOS
- EDIPVI

### En el 2018 contamos con los siguientes resultados:

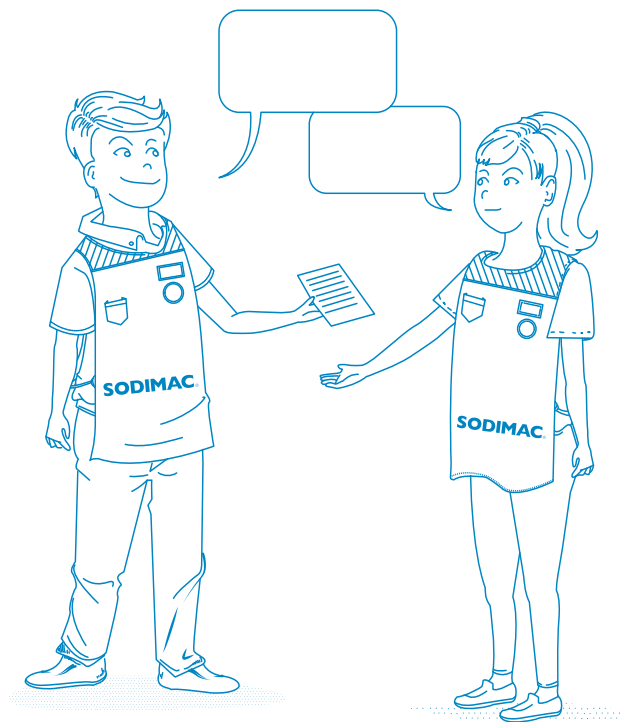
- Se dedicaron 4,644 horas en la formación en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.
- EL 36 % de los asesores y asesoras han participado de la formación en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.

## Libertad de asociación y negociación colectiva

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

Nuestra Política de Sostenibilidad declara nuestro compromiso para con el respeto de la libertad de asociación y negociación colectiva. Los asesores y asesoras utilizan este derecho a través de diferentes canales de comunicación considerados efectivos, por lo que no se ha visto necesario la formación de sindicatos.

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



**1. El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (Copasst):** está conformado por diez representantes

de la empresa y ocho representantes de los asesores y asesoras. Su principal objetivo es la prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales.

**2. La Brigada de Seguridad y Salud en el Trabajo:** opera

a nivel local en cada una de nuestras tiendas Sodimac Perú, velando por la prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales.

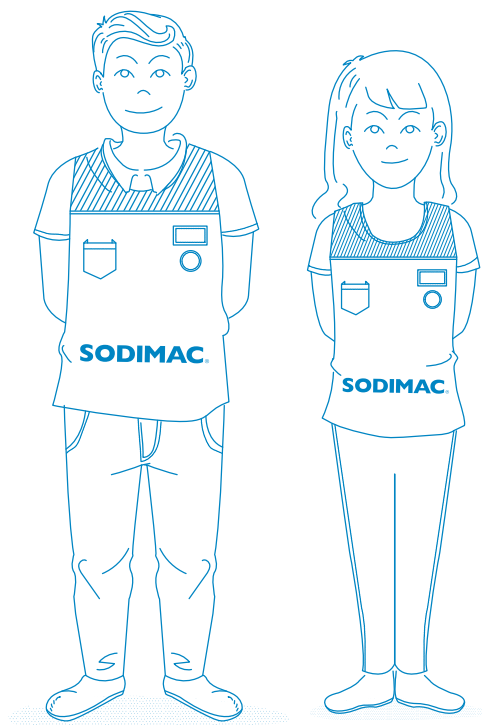
Adicionalmente, contamos con los siguientes espacios de diálogo:

**1. Comité de ética:** es un espacio de confianza, donde se trabajan todos los mecanismos de prevención y/o corrección ante eventuales conductas de acoso laboral y otros.

**2. Reuniones de confianza:** espacios de comunicación ascendente que impacten positivamente en los resultados, el compromiso y el clima laboral. Se identifican áreas de mejora y soluciones oportunas. Conversamos mensualmente temas como la relación con el jefe o jefa, pares, espacios comunes, ambiente, mallas, capacitaciones, etc. En el 2018 se realizaron más de 200 reuniones de confianza.

**3. Comité de asesores y asesoras de clima y sostenibilidad:** se encargan de promover un ambiente laboral positivo en nuestras tiendas, centro de distribución y oficinas. Mantienen y promueven las acciones de camaradería, campañas, celebraciones y cuidado ambiental.

**4. Club de voluntarios:** genera espacios de relacionamiento entre nuestros voluntarios y voluntarias y los miembros de la comunidad.



Sodimac Perú no cuenta con organizaciones sindicales; por lo tanto, no gozamos de convenios colectivos ni hemos identificado algún riesgo en el que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva pueda estar en peligro.

## 4.4 Anticorrupción

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

En Sodimac Perú 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.

Para fortalecer y dar a conocer nuestras políticas de anticorrupción, cada año desarrollamos campañas para promover las buenas prácticas, así mismo fortalecemos nuestra comunicación a través del **Código de Ética** y los reglamentos de la empresa para nuestros asesores y asesoras. Contamos con un área legal que nos asesora y brinda información para prevenir y comunicar oportunamente normas, así como soporte en caso se presenten casos de corrupción.

Nuestro **Código de Ética, Reglamento Interno de Trabajo y Política Anticorrupción** promueven el compromiso de nuestros asesores y asesoras en la lucha contra la corrupción. Asimismo, declaramos públicamente nuestro apoyo a la lucha contra la corrupción en marcos legales, internacionales y regionales como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

A partir del año 2018, contamos con un modelo de prevención del delito, un oficial de prevención del delito - rol recae en el gerente legal -, una matriz de riesgos y capacitaciones sobre la política de antisoborno de la empresa.

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

### Compromisos 2019

- Certificación de colaboradores sobre anticorrupción.

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

## Comunicación y capacitación de corrupción a órganos de gobierno, asesores, asesoras y proveedores.

Nuestros contratos con los **proveedores** contienen una cláusula de prevención del delito, así como la obligación de comunicar posibles conflictos de interés y la entrega del Manual de Transparencia Comercial. En el 2018, se comunicó estos temas a 300 proveedores.

En el año 2018 se capacitó a nivel nacional en el tema de **Modelo de Prevención-Anticorrupción**. Se capacitó a 1,593 asesores y asesoras que representan el 26.54 % del total de ambos. Además, se priorizaron las áreas de mayor riesgo. Las capacitaciones continuarán también durante el 2019.

En el año **2018** no se identificaron casos de corrupción.

## 4.5 Competencia desleal

(GRI 206-1) (GRI 206-competencia desleal 103-1, 103-2)  
(GRI 206-1)

Sodimac Perú tiene un compromiso de cumplimiento y cuidado de la libre competencia. Cuenta con directrices desde el más alto nivel y políticas formales y explícitas.

Competimos de manera equitativa, justa y transparente. Además del Código de Conducta y el Reglamento Interno de Trabajo, contamos con la Política de Transparencia Comercial, que posibilita que los asesores y asesoras guíen su comportamiento y eviten contingencias. Esta se encuentra disponible en la página web de Sodimac Perú y en el intranet de la empresa. Además, a través de nuestro canal Eticacción, los asesores, asesoras y proveedores pueden reportar casos de actos contra la libre competencia.

Nuestra actitud está inspirada en la lealtad y el respeto que les tenemos a nuestros competidores. Por lo tanto, no estamos de acuerdo ni utilizamos métodos que impidan, restrinjan o entorpezcan la libre competencia, así como tampoco toleramos actos de competencia desleal.





Para garantizar la libre competencia, como asesores y asesoras aseguramos a nuestros competidores y clientes que no participamos directa o indirectamente en ningún hecho que pueda impedir, restringir o entorpecer la libre competencia, utilizando métodos como acuerdos de fijación de precios, abuso de una eventual posición dominante o prácticas predatorias. Asimismo, rechazamos toda conducta que persiga desviar la clientela de un agente del mercado.

### Compromisos 2019

- Continuar la capacitación sobre el tema.
- Trabajar en una matriz de riesgos de libre competencia.

Durante el año 2018 no se presentaron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas o la libre competencia.

## 4.6 Sistema de Integridad

(GRI 102-17) (GRI 406-1)

### Línea ética: Eticacción

Es un canal de comunicación anónimo y estrictamente confidencial con el fin de reportar posibles conductas irregulares dentro de la empresa. A partir del mes de mayo del 2017, decidimos tercerizar la recepción de denuncias de fraude y conducta irregular a través de la empresa KPMG.

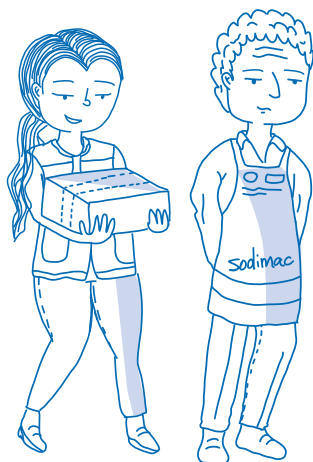
Cabe indicar que es posible que nuestros asesores, asesoras y proveedores puedan denunciar o hacer consultas a través de la línea ética.

Uno de los más importantes beneficios de haber renovado nuestro sistema de denuncias es que hoy contamos con más canales para poder transmitir consultas, dudas, sugerencias y/o denuncias. Del mismo modo, este canal lo pueden emplear nuestros asesores, asesoras y proveedores.

Los canales son los siguientes:

- Presencial: instalaciones de KPMG (Av. Javier Prado Oeste 203 San Isidro, Lima).
- Correo postal a KPMG con una consulta/denuncia especificando la marca.
- E-mail: [eticaaccionSodimac@kpmg.com.ar](mailto:eticaaccionSodimac@kpmg.com.ar)
- Website: <https://eticaaccionSodimac.lineaseticas.com>
- Vía Telefónica: Sodimac: 080000740





A través de esta práctica aseguramos un ambiente de trabajo con respeto, excelencia, integridad y responsabilidad para nuestros asesores, asesoras, proveedores y clientes. Y para fortalecer nuestro nuevo canal, se lanzó la campaña Yo Juego Limpio que busca como objetivo trabajar el tema de anticorrupción y transparencia.

## Fortalezas:

- Canales de consulta o denuncia (presencial, página web, correo electrónico, correo postal y teléfono).
- Administrado por KPMG, consultora internacional, que recibe y transmite las denuncias.
- Sistema de reporte clasificado por tipo de casos.
- Reporte mensual (casos graves en 48 horas).
- Disponible las 24 horas.

## Categorías de las denuncias:

Fraude económico, adulteración o mal uso de información, acoso, malos tratos, actos de corrupción, conflictos de interés, actos contra la libre competencia, descuido o utilización inapropiada de bienes, robo o hurto, mal desempeño de colaboradores, entre otros.

## Recursos humanos:

Nuestro Sistema de Integridad asegura formalmente una adecuada investigación, su registro y la información de sus resultados. Además, garantiza la confidencialidad, la investigación y una adecuada solución.

## Proceso de consulta y denuncia

Toda denuncia o consulta realizada es recibida por la empresa KPMG, quien envía la denuncia al gerente corporativo legal del Grupo Falabella. Este notifica al comité de Integridad de Sodimac Perú para iniciar el proceso de levantamiento de información y resolución requerido.

## Comité de integridad de Sodimac Perú

Está conformado por el gerente legal, el gerente de Recursos Humanos y Sostenibilidad, el gerente de Auditoría, el gerente general y el gerente de Operaciones.

Entre sus funciones está revisar de manera semestral los reportes de integridad elaborados por KPMG. Los datos recopilados serán utilizados con absoluta reserva por el comité de Integridad; la información obtenida se utiliza para generar políticas de integridad de Sodimac Perú y sugerir temas en los que se requiera capacitar a nuestros asesores y asesoras.



## Consejo intermedio de Integridad

Este consejo está compuesto por los gerentes regionales de Operaciones, subgerentes regionales de Recursos Humanos, jefes y jefas distritales de Recursos Humanos, quienes investigan las denuncias que les proporciona el comité de Integridad. Los casos que no requieran investigación se resolverán en la instancia previa por el comité de Integridad.

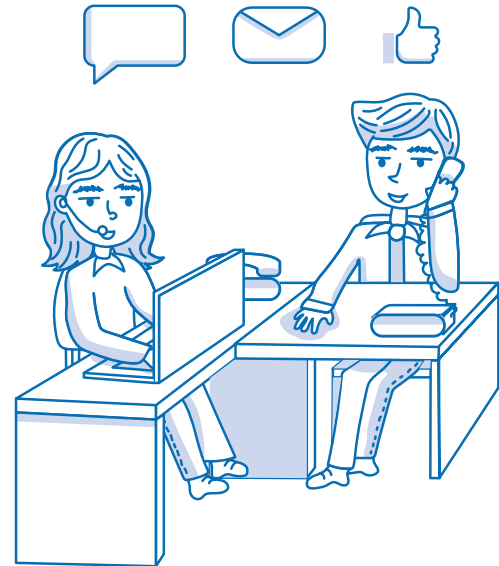
## Comunicación

Internamente, el proceso de consulta y denuncia es difundido a través del boletín electrónico, trípticos (orientando sobre el uso de la plataforma web), tarjetas, afiches.

Externamente, contamos con información en la página web de Sodimac Perú y los contratos con proveedores (Manual de Transparencia Comercial).

## Canal de Integridad

Nuestra compañía se enorgullece de los valores y principios éticos basados en su cultura, que definen la manera de relacionarse y actuar. Por ello y con el objetivo de mantener y proteger los más altos estándares de integridad en los negocios, pone a disposición de los asesores, asesoras, ejecutivos, directores de la compañía y terceros (clientes, proveedores y/o accionis-



tas) este Canal de Integridad para que, de manera confidencial y anónima, realicen consultas sobre materias éticas e informen de infracciones o transgresiones a cualquier ley o normativa vigente en el país de operación así como transgresiones a las normas internas de la compañía respectiva o a los principios y valores establecidos en el Código de Ética.

Creemos en el valor de la verdad y el respeto, por lo que solicitamos usar este canal con responsabilidad.



## Denuncias recibidas en el 2018<sup>5</sup>

Durante el 2018 se registraron 51 denuncias en la plataforma

Eticación, clasificándolas de la siguiente manera:

INGRESOS A LA PLATAFORMA			
Número de denuncias	51	Número de denuncias atendidas	51
Número de consultas	0	Número de consultas atendidas	0
Número de denuncias y consultas en proceso	0	-	-

TIPO DE DENUNCIA (clasificada por denunciante)	NÚMERO	ACCIONES TOMADAS
Acoso laboral	6	<p>Del total de denuncias tres fueron infundadas y tres fundadas. Acciones tomadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza individuales y grupales.</li> <li>• Talleres de sensibilización con nuestro programa Confía.</li> <li>• Charlas libres en alianza con el Ministerio de la Mujer.</li> <li>• Capacitaciones a todo el personal sobre hostigamiento sexual.</li> <li>• Disciplina progresiva grave y en algunos casos, desvinculación.</li> </ul>
Comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	1	<p>Se declaró fundada, con las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza individuales y grupales.</li> <li>• Participación de líderes en actividades de integración.</li> <li>• Implementación del mural de metas e indicadores.</li> <li>• Mejorar los turnos de almuerzos de asesores y asesoras.</li> </ul>

<sup>5</sup> Fuente: KPMG.

TIPO DE DENUNCIA (clasificada por denunciante)	NÚMERO	ACCIONES TOMADAS
Adulteración de información / Uso de información confidencial	1	Se declaró fundada y se tomaron las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza individuales y grupales.</li> <li>• Revisión de perfiles de puesto con gerentes de tiendas.</li> <li>• Capacitación a los líderes sobre política de puertas abiertas y cumplimiento de horarios.</li> <li>• Talleres de trabajo en equipo y liderazgo.</li> </ul>
Amenaza	1	Fue declarada fundada y se tomaron las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza individuales y grupales.</li> <li>• Reubicación de asesor.</li> <li>• Asesoría legal.</li> </ul>
Comportamiento Inapropiado/Trato Injusto	1	Infundada y se determinó realizar plan de trabajo en habilidades blandas y reuniones de confianza individuales y grupales.
Conducta inapropiada	3	De las cuales dos fueron infundadas y una fundada, se tomaron las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza individuales y grupales.</li> <li>• Capacitación en el correcto uso del canal de ética y valores, así como la política de puertas abiertas.</li> <li>• Reforzar el programa de reconocimientos y colocar voceros en tiendas.</li> <li>• Reuniones de integración.</li> <li>• Llamado de atención escrito clasificado como grave con suspensión.</li> </ul>
Conflicto de interés	3	Dos denuncias fundadas y una infundada, se tomaron las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza grupales e individuales.</li> <li>• Capacitación en disciplina progresiva, licencias, permisos y descansos médicos.</li> <li>• Se reforzaron los procedimientos de concursos internos.</li> </ul>

TIPO DE DENUNCIA (clasificada por denunciante)	NÚMERO	ACCIONES TOMADAS
Mal desempeño de asesores / asesoras	9	<p>Del total de denuncias seis fueron infundadas y tres fundadas, se tomaron las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza grupales e individuales.</li> <li>• Llamado de atención por escrito.</li> <li>• Cartas de recomendación sobre un correcto comportamiento.</li> <li>• Taller de habilidades blandas/liderazgo.</li> <li>• Reuniones de integración entre las áreas involucradas.</li> <li>• Charlas sobre el Código de Conducta.</li> <li>• Comunicación abierta con asesores y asesoras a través de los diferentes canales.</li> <li>• Capacitación sobre la evaluación del desempeño.</li> </ul>
Malos tratos / Clima laboral	24	<p>Se determinaron quince denuncias infundadas y nueve fundadas, se tomaron siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de confianza grupales e individuales.</li> <li>• Planes de trabajo con énfasis en las habilidades blandas y liderazgo.</li> <li>• Participación de líderes en eventos de integración.</li> <li>• Aumento de dotación.</li> <li>• Capacitación en correcta elaboración de mallas.</li> <li>• Charlas sobre Código de Conducta y Ética</li> <li>• Carta de exhortación sobre buen comportamiento.</li> <li>• Llamados de atención por escrito.</li> </ul>
Robos o hurtos	1	Se declaró Infundada y se brindó retroalimentación.
Relación sentimental	1	Se declaró fundada y se entregó carta de exhortación de buen comportamiento y la reubicación de asesores y asesoras.
<b>Total</b>	<b>51</b>	

## 4.7 Cumplimiento regulatorio

(GRI 307 cumplimiento ambiental 103-1, 103-2, 103-3)  
 (GRI 419 cumplimiento socioeconómico 103-1, 103-2, 103-3)  
 (GRI 307-1) (GRI 419-1)

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

En lo que se refiere a la protección del medioambiente, tomamos acciones desde el proceso de intervención en una localidad nueva (apertura de tiendas) hasta implementaciones o remodelaciones de espacios. Para ello, el área de Proyectos y Arquitectura 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 comunican en las reuniones del comité ejecutivo y comité de Riesgo y Cumplimiento.

Durante el año 2018 no hemos tenido casos de **incumplimiento de la legislación y normativa ambiental, social o económica.**

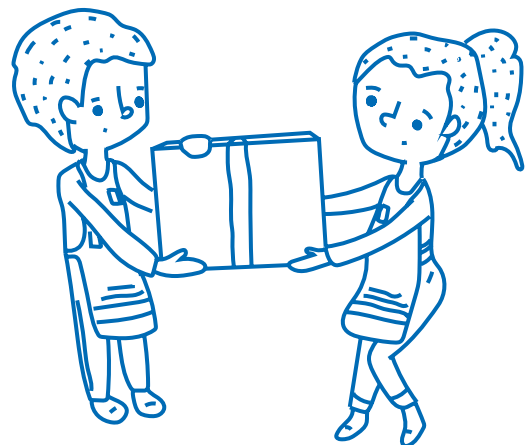
## 4.8 Política pública

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

No tenemos relación con políticas públicas. La empresa cuenta con los siguientes procedimientos de atención a funcionarios públicos:

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

En el 2018 no hemos realizado contribución alguna a partidos y/o representantes políticos.





## 5. DESEMPEÑO ECONÓMICO





## Desempeño económico

(GRI 201–desempeño económico 102-1, 102-2, 102-3)  
(GRI 201-1)

Para nosotros es importante mantener un desempeño económico de crecimiento, pues, todas las estrategias de desarrollo empresarial generan un impacto en cada uno de nuestros grupos de interés. Incrementar el valor económico generado permite a la empresa seguir desarrollando relaciones fuertes y duraderas con sus proveedores, empoderar y desarrollar a sus asesores y asesoras, otorgar retornos a sus inversionistas y prestamistas, aportar a los gobiernos regionales y centrales, invertir en la mejora de la comunidad e inspirar a sus clientes a construir sus sueños y proyectos.

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

Sodimac Perú cuenta con indicadores (KPI-Key Performance Indicators) financieros con los que evalúa mes a mes su desempeño. Estos indicadores nos permiten dar continuidad a buenas prácticas, identificar oportunidades de mejora y apostar por el crecimiento conjunto con nuestros principales grupos de interés.

Anualmente, el Directorio y la Junta Anual de Accionistas revisan nuestros estados financieros, los cuales abarcan la gestión de Sodimac Perú S.A.



## Impacto Económico

### Valor económico directo creado (VEC)

2017: 1,694,950,000

2018: 1,787,380,000

Ingresos (1)



### Valor económico distribuido (VED)

2017: -1,377,600,000

2018: -1,491,800,000

Costos operativos (2)  
(pago a proveedores)



2017: -190,650,000

2018: -169,080,000

Retribución a asesores(as) (3)



2017: -59,560,000

2018: -46,980,000

Pagos a proveedores de fondos (4)



2017: -22,920,000

2018: -24,930,000

Pagos a gobiernos (5)



2017: -230,000

2018: -580,000

Inversiones en la comunidad



### Total del valor económico distribuido

2017: -1,650,960,000

2018: 1,787,380,000



### Valor económico retenido (VER=VEC= VED)

2017: 43,990,000

2018: 54,010,000



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

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

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

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

(5) Impuestos y sanciones.



## 6. SOSTENIBILIDAD





- **PROVEEDORES:** tratamos a nuestros proveedores de una manera justa y transparente. Nuestros aliados comerciales cumplen un rol muy importante como socios estratégicos dentro de nuestra cadena de valor, reafirmamos nuestro compromiso de transparencia comercial, estando totalmente en contra de la corrupción y los conflictos de interés. 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.

- 
- **COMUNIDAD:** queremos que nuestras acciones impacten positivamente en nuestra comunidad y el mejoramiento de su calidad de vida. Además, apuntamos a construir una relación mutuamente beneficiosa y directa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.

- 
- **MEDIOAMBIENTE:** nuestro compromiso con el medioambiente implica medir, prevenir y reducir los impactos negativos de nuestra operación sobre el mismo, buscando el uso eficiente de los recursos a favor del desarrollo sostenible.

- 
- **GOBIERNO:** mantenemos un constante diálogo con organizaciones de gobierno para identificar intereses comunes y construir alianzas que contribuyan a una mejor sociedad.

Para identificar y seleccionar a los grupos de interés se tomó en cuenta:

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



## 6.3 Diálogo con nuestros grupos de interés

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

ASESORES Y ASESORAS			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Reuniones de confianza	Mínimo una vez al mes	Aspectos relevantes de la operación, clima laboral, relación entre equipos, jefes y jefas	Informes permanentes y seguimiento del plan de acción
Conversaciones con gerencia general	Cuatro veces al mes	Aspectos relevantes de la operación, clima laboral, relación entre equipos, jefes y jefas	Informes permanentes y seguimiento del plan de acción Coordinación del plan de acción con gerencias observadas
Eticación	Permanente	En el último trimestre del año se implementó el Canal de Integridad (en reemplazo de Eticación)	Difusión en tiendas, oficina central, <i>Call Center</i> y CD
Canal de soporte psicológico y legal Confía	Permanente	Fortalecimiento del canal de apoyo de asesoría psicológica y legal, activo las 24 horas del día y los 365 días del año Se reforzó su difusión	Informes mensuales y seguimiento a los resultados del uso de la línea
Encuesta interna de clima laboral	Anual	Medición del clima organizacional por medio de una encuesta interna, que mide la satisfacción y percepción de los asesores y asesoras al interior de la empresa	Plan de acción de mejoras por tienda y por empresa
Encuesta GPTW	Anual	Medición del clima organizacional por medio de una encuesta elaborada por el Great Place to Work Institute Perú, que igualmente mide la satisfacción y percepción de los asesores y asesoras al interior de la empresa	Plan de acción de mejoras por tienda y por empresa

ASESORES Y ASESORAS			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Intranet	Permanente	---	---
WorkPlace	Permanente	Implementación de plataforma compartida	---
Murales digitales	Permanente	---	---
Reuniones bimensuales	Cada dos meses	No se tuvo ningún tema en especial	---
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

CLIENTES			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Correo electrónico	Diaria	Consultas de pago Programación de pagos Circulares de cuentas por pagar	Se envió de forma masiva los circulares Respuestas efectivas para programaciones de pagos
	Según lo requerido por el cliente a través de posventa ( <i>sharepoint</i> para visitas a clientes por casos de reclamo de productos importados)	Información técnica Certificación de producto Observaciones de producto	A través de correos, informes técnicos, envío de documentos tales como certificados
Presencial	Diaria	Pronto pagos, descuadres, devoluciones, facturación electrónica	Resultados beneficiosos en las negociaciones de pronto pago Reuniones productivas con nuestros clientes en referencia a facturación electrónica

CLIENTES			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Telefonía	Diaria	Consultas de pago Programación de pagos Pronto pagos, descuadres, devoluciones	Se logró una comunicación fluida y certera en los temas específicos, logrando afianzar nuestros lazos comerciales
	Según lo requerido por el cliente a través de posventa (sharepoint para visitas a clientes por casos de reclamos de productos importados)	Información técnica Certificación de producto Observaciones de producto	A través de correos, informes técnicos, envío de documentos tales como certificados
Documentos en línea	Permanente	Ubicación de fichas técnicas	Capacitación sobre la ubicación de la información
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

PROVEEDORES			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Correo electrónico / Teléfono	Semanal	Reducción de medidas de bolsas T-Shirt (consumo de menos plástico)	Coordinación con el área de Operaciones para realizar un piloto en tres tiendas y luego replicarlo a nivel nacional
	A solicitud	Nuevas reglamentaciones que deben cumplir ciertas categorías de productos (Etiquetado de eficiencia energética)	Con respuesta de la que ya se tenía conocimiento y en algunos casos mediante nuestros propios comunicados
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---



COMUNIDAD – MEDIOAMBIENTE				
ORGANIZACIÓN	CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
TECHO	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Donaciones para construcción de viviendas en Lima y provincias</li> <li>• Plan de acción para concentrar esfuerzos en comunidades más necesitadas</li> </ul>	Se construyó viviendas de emergencia en el distrito de San Juan de Miraflores en Lima y en la comunidad de Ejidos de Huan en Piura con el club de voluntarios(as) de la empresa Entrega de donación de materiales de construcción
FE Y ALEGRÍA	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Donaciones de útiles escolares a los tres colegios que apadrinamos en Piura, Huancayo y Lima</li> <li>• Inicio de construcción de aula en el colegio N° 33 de Huancayo</li> </ul>	Voluntariado en Lima y provincias Talleres de equidad y talleres de oficio
Capeco	Reuniones Correo electrónico	Semanal	Sensibilización sobre construcción segura	Construye bien: plataforma de construcción segura para nuestro país
Ministerio de Cultura	Reuniones Correo electrónico Teléfono	De acuerdo con el avance de los planes de acción que se tienen en conjunto	Plan de acción por desastre del fenómeno del Niño costero	Donaciones de motobombas y voluntariado activo frente a emergencias
Ministerio del Ambiente	Reuniones Encuentros en actividades Correo electrónico Teléfono	Semestral	Empresa aliada en el Día del Medioambiente y campaña que regula el uso del plástico Acciones de sensibilización y concientización de reducción del plástico	Club de voluntarios(as) participó activamente en limpieza de playas MINAM visita la Ecotienda, ubicada en la Av. Javier Prado



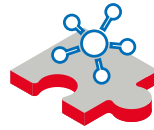
Clientes



Asesores y Asesoras



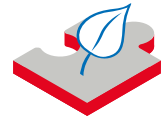
Proveedores



Comunidad



Autoridades



Medioambiente

### COMUNIDAD - MEDIOAMBIENTE

ORGANIZACIÓN	CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
HAZla por tu playa	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Anual	Alianza en limpieza nacional de playas	Donación de 2,000 pares de guantes Participación del club de voluntarios(as) en limpieza en marzo
Todos	Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---

### AUTORIDADES

CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2018	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Cartas y oficios (físico, correo electrónico)	De acuerdo con los requerimientos normativos	No se tuvo ningún tema en especial	---
Reporte de Sostenibilidad	Anual	---	---



## 6.4 Estructura del área de Sostenibilidad

Sodimac Perú cuenta con un área de Sostenibilidad, la cual forma parte del área de Recursos Humanos y Sostenibilidad. Además de un comité de Sostenibilidad, liderado por el gerente general. En cada una de las tiendas a nivel nacional se cuenta con equipos descentralizados conformados por los mismos asesores y asesoras de Tienda. Durante las reuniones de los miembros del comité de Sostenibilidad, se discuten frecuentemente temas relevantes con miras a realizar prácticas que nos lleven a un desarrollo sostenible.

Nuestro objetivo fundamental como empresa es reafirmar nuestro compromiso de ser una empresa socialmente responsable, por lo que cumplimos con los lineamientos de la Declaración de los Derechos Humanos, nos adherimos al Pacto Mundial, operamos bajo los principios del ISO 26000, nos guiamos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI), entre otros acuerdos normativos internacionales que regulan nuestras actividades.

### Funciones del área de Sostenibilidad

- Gestionar y desarrollar la Política de Responsabilidad Social y de Sostenibilidad de Sodimac Perú, incorporando los planes y acciones a la estrategia de sostenibilidad, alineados a políticas y organismos internacionales como el ISO 26000, los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI) y el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI).
- Elaborar y coordinar estrategias destinadas a proteger y fomentar el patrimonio, la imagen y la responsabilidad social de Sodimac Perú con la finalidad de garantizar que las acciones efectuadas por la empresa y sus estrategias futuras cumplan con la normativa legal, los estándares nacionales e internacionales y a la vez, potenciar su crecimiento a largo plazo.
- Coordinar con el comité de Sostenibilidad de Sodimac Perú, integrado por los máximos ejecutivos de la empresa.
- Participar en organizaciones nacionales e internacionales que guíen y promuevan la sostenibilidad.



- Fomentar y facilitar, en conjunto con las gerencias de la empresa, los planes de acción relativos a la Política de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de Sodimac Perú.
- Coordinar la elaboración del Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Perú.
- Participar en los organismos y alianzas de interés común nacionales e internacionales que promuevan la sostenibilidad de Sodimac Perú.
- Mantener contacto directo con los diferentes grupos de interés y contribuir con su desarrollo económico, social y ambiental.
- Contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental de todas las comunidades en las que Sodimac Perú opera.

## Comité de Sostenibilidad Sodimac Perú

Este comité está integrado por el comité ejecutivo de Sodimac Perú, cuyos miembros son los máximos ejecutivos de la empresa, quienes se reúnen constantemente a lo largo del año con el propósito de resolver y analizar los objetivos, estrategias y metas de la empresa en todos los aspectos. Cada objetivo trazado es evaluado en función de criterios que luego permiten tomar decisiones y/o acciones transversales al negocio para que perduren a lo largo del tiempo, buscando satisfacer las necesidades presentes y velar por las futuras. Asimismo, evalúan y validan el Reporte de Sostenibilidad.

## 6.5 Plan estratégico de Sodimac Perú

Sodimac Perú ha planteado como vía de desarrollo el crecimiento responsable y sostenible en el tiempo, a través de la adopción de tres cimientos:

- **CRECIMIENTO:** buscamos crecer responsablemente, generando mejores accesos, canales de comunicación, mejores productos y servicios para nuestros clientes.
- **RENTABILIDAD:** para perdurar en el tiempo debemos ser rentables, por ello, reforzamos en nuestras capacitaciones el ser eficientes en nuestras acciones; la productividad lleva al éxito.
- **SOSTENIBILIDAD:** es importante contribuir con el desarrollo integral de los clientes, asesores, asesoras, proveedores y comunidades, reduciendo a la vez el impacto de nuestras operaciones sobre el medioambiente.

Cada uno de estos cimientos estratégicos es evaluado de manera anual con la finalidad de colaborar con la construcción de una mejor empresa, orientados a perdurar en el tiempo. Este trabajo se logra mediante un esfuerzo integrado entre las gerencias con el desarrollo de proyectos sustentados en estrategias transversales.



## 6.6 Index de Sostenibilidad Sodimac

En Sodimac Perú desarrollamos un indicador estratégico enfocado en evaluar la gestión de sostenibilidad de la empresa, el grado de alineación a prácticas de clase mundial y el nivel de integración de los temas materiales o estratégicos de sostenibilidad en nuestra gestión.

La evaluación de los planes, programas y acciones de sostenibilidad se realiza de acuerdo con los siguientes mecanismos internacionales: Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE, ISO 26000, Global Reporting Initiative (GRI), Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas e Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI).

El indicador estratégico de sostenibilidad 2018 para Sodimac Perú se situó en un **58 %**, **subiendo 1 punto en comparación con el año 2017**, lo que reflejó un trabajo integral y holístico en la gestión de la sostenibilidad en las unidades de negocio, con diferencia en avances, cubriendo transversalmente las principales áreas estratégicas. Asimismo, los pilares con mayor fuerza fueron los clientes y colaboradores.

Durante el 2019 desarrollaremos planes de acción para las oportunidades de mejora, identificadas en la última medición del Index 2018 y continuaremos fortaleciendo nuestros ciclos de gestión sostenible y buenas prácticas.

## 6.7 Temas estratégicos de sostenibilidad

(GRI 102-11;GRI 102-43 GRI 102-46;GRI 102-47)

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

El proceso de materialidad incorpora un relacionamiento con las principales partes interesadas (asesores, asesoras, clientes, proveedores, representantes de la comunidad y entidades expertas) para realizar un análisis de información secundaria, resultados de encuestas, estudios sectoriales y mediciones como el Great Place to Work (GPTW).

Sodimac Corporativo continuó trabajando su materialidad en el 2018, en línea con la planificación estratégica de la compañía para el periodo 2016-2021, homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México para contar con una **lista de temas estratégicos** corporativos. Así la empresa se asegura que todas estas unidades gestionen los mismos temas, y sobre la base de estos resultados las operaciones en otros países tendrán bien definidas las materias que deben gestionar.



El gráfico siguiente indica los temas destacados y prioridades para la empresa y sus grupos de interés, y dónde se generan impactos en la cadena de valor:

Pilar Sodimac	Tema Material	Cadena de Suministro		Lógica (centros de distribución y transporte)	Operaciones comerciales			Uso y posconsumo
		Internacional	Nacional		Construcción de tiendas	Operación de tiendas	Comercio electrónico	
GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL	Lineamientos y gestión de sostenibilidad	●	●	●	●	●	●	●
	Relacionamiento con grupos de interés	●	●	●	●	●	●	●
	Innovación y desarrollo	●	●	●	●	●	●	
	Ética y anticorrupción	●	●	●		●		
	Rendición de Cuentas y Transparencia	●	●	●	●	●	●	●
	Derechos Humanos	●	●	●	●	●	●	●
	Gestión de riesgo financiero y no financiero	●	●	●	●	●	●	●
	Regulación – Cumplimiento normativo	●	●	●	●	●	●	●
TRABAJADORES	Calidad de vida			●		●		
	Clima laboral			●		●		
	Diversidad e inclusión			●		●		
	Formación y desarrollo profesional			●		●		
	Diálogo social	●	●	●	●	●		
	Salud y seguridad laboral	●	●	●	●	●		
	Remuneraciones, beneficios y compensaciones			●		●		
CLIENTES	Experiencia de compra omnicanal			●		●	●	●
	Ética publicitaria					●	●	●
	Educación y consumo responsable					●	●	●
	Salud y seguridad con producto	●	●					●
PROVEEDORES	Gestión sostenible de proveedores	●	●					
	Calidad de productos	●	●					
	Gestión de riesgo en proveedores	●	●					
	Canales de atención y reclamos	●	●					
	Gestión de pequeños proveedores	●	●					
COMUNIDAD	Gestión con la comunidad				●	●		
	Empleabilidad local				●	●		
	Alianzas con la comunidad				●	●		
	Catástrofes con impacto en viviendas					●		
MEDIOAMBIENTE	Cambio climático	●	●	●	●	●		●
	Eco eficiencia operacional	●	●	●	●	●		
	Gestión de residuos			●	●	●		●
	Ciclo de vida del producto	●	●					●
	Transporte y logística			●			●	
	Productos sostenibles	●	●					●

- Impacto Directo (Responsabilidad Sodimac)
- Impacto Indirecto



## 7. ASESORES Y ASESORAS



## 7.1 Nuestras dimensiones

(GRI 102-8)

Al finalizar el 2018 contamos con 6,003 asesores, de los cuales, el 41.3 % son mujeres y el 58.7 % son hombres.

### Asesores y asesoras por TIPO DE CONTRATO Y SEXO

TIPO DE CONTRATO	2018		2017	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Indefinido	2,788	1,630	2,931	1,652
Plazo fijo	738	847	619	755
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3,526</b>	<b>2,477</b>	<b>3,550</b>	<b>2,407</b>





**Asesores y asesoras por TIPO DE JORNADA Y POR SEXO**

CONTRATO LABORAL	2018			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Jornada completa	2,920	1,694	4,614	2,943	1,660	4,603
Jornada parcial	606	783	1,389	607	747	1,354
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3,526</b>	<b>2,477</b>	<b>6,003</b>	<b>3,550</b>	<b>2,407</b>	<b>5,957</b>

**Asesores y asesoras por CATEGORÍA LABORAL Y POR SEXO**

CARGO	2018			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Administrativos	334	294	628	330	302	632
Alta gerencia	6	3	9	8	2	10
Gerencias medias	51	16	67	55	15	70
Mandos intermedios	340	246	586	347	240	587
Operaciones	1,416	1,004	2,420	1,428	915	2,343
Vendedores	1,382	911	2,293	1,382	933	2,315
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3,529</b>	<b>2,474</b>	<b>6,003</b>	<b>3,550</b>	<b>2,407</b>	<b>5,957</b>

**Asesores y asesoras por REGIÓN Y POR SEXO**

ZONA	2018			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Lima y callao	2,263	1,722	3,985	2,240	1,635	3,875
Centro	122	76	198	143	80	223
Norte	888	458	1,346	886	468	1,354
Sur	256	218	474	281	224	505
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3,529</b>	<b>2,474</b>	<b>6,003</b>	<b>3,550</b>	<b>2,407</b>	<b>5,957</b>

Las actividades de limpieza y vigilancia física son los únicos servicios contratados bajo la modalidad de tercerización, por lo que son tratados como proveedores de servicios.

## 7.2 Empleo

(GRI 401-empleo 102-1, 102-2, 102-3) (GRI 401-1)  
(GRI 401-2)

Para Sodimac Perú es fundamental retener al personal considerado su buen desempeño. Creemos que un asesor o asesora motivado y correctamente alineado es un poderoso aliado y, de la misma manera, somos conscientes que la empresa crece y se desarrolla en la medida que cada asesor o asesora crezca y se desarrolle de manera personal.

Por ello, desarrollamos prácticas y programas enfocados en satisfacer estas dos necesidades: la motivación y el crecimiento de cada asesor y asesora de Sodimac Perú.

### Concursos internos

Porque creemos en el talento de nuestra gente contamos con un sistema estructurado de concursos internos, proceso eficiente y cómodo con el cual buscamos priorizar el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros asesores y asesoras, dándoles la oportunidad de postular a las vacantes que se

generan para que desarrollen una línea de carrera antes de buscar postulantes externos. El portal *online* nos ha permitido que este proceso sea más eficiente, pues las evaluaciones de los postulantes internos se realizan en la misma tienda donde laboran para evitar su traslado a la oficina central, con lo cual se ahorra tiempo tanto del asesor postulante como de los evaluadores. De esta manera, el asesor o asesora permanece la mayor cantidad de tiempo posible cumpliendo las funciones de su puesto actual y no se ve afectada su labor y la productividad de la empresa en general.

Las entrevistas las realizamos en conjunto con el equipo de selección y el cliente interno para observar la dinámica entre el candidato y el que será su jefe o jefa, permitiéndonos realizar una entrevista por competencias y a la vez, poder realizar preguntas más técnicas para el puesto buscado.



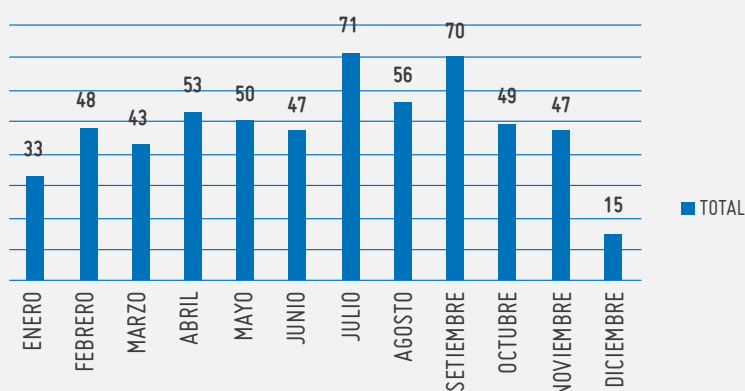
Muchos de los concursos internos son lanzados tanto a Sodimac Perú como a Maestro, al mismo tiempo con el fin de compartir la experiencia y formación entre marcas. Esta modalidad es una gran fuente de oportunidad de postulación para nuestros asesores y asesoras y así poder ascender y alcanzar el desarrollo profesional tan ansiado.

## Concurso interno a nivel corporativo

Por ser parte del Grupo Falabella, los asesores y asesoras de la Oficina de Apoyo y Tienda tienen la posibilidad de postular a las diferentes vacantes que se presentan en las diferentes empresas del grupo, ya sea a nivel nacional o en los países de la región. El área de selección es responsable de difundir el comunicado y en algunos casos, de recibir los CV para las postulaciones, generando así mayores oportunidades de crecimiento.

En el 2018 tuvimos 582 movimientos internos en ambas marcas.

### MOVIMIENTOS INTERNOS POR CONCURSOS INTERNOS



### NÚMERO TOTAL Y TASA DE ROTACIÓN POR GRUPO ETARIO, SEXO Y REGIÓN

REGIÓN	SEXO	CESES			ROTACIÓN 2018		
		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	773	298	29	69.82 %	31.11 %	13.98 %
Lima y Callao	F	472	180	17	58.44 %	23.36 %	17.66 %
Zona centro	M	43	21	0	65.27 %	38.09 %	0 %
Zona centro	F	16	10	0	33.85 %	37.96 %	0 %
Zona norte	M	186	77	3	38.16 %	19.84 %	14.11 %
Zona norte	F	125	22	0	47.09 %	14.26 %	0 %
Zona sur	M	80	20	1	60.21 %	15.76 %	8.33 %
Zona sur	F	45	22	1	50.54 %	17.83 %	7.69 %
<b>TOTAL</b>		<b>1740</b>	<b>650</b>	<b>51</b>	<b>52.92%</b>	<b>24.78%</b>	<b>7.72%</b>

### NÚMERO TOTAL Y TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES POR GRUPO ETARIO, SEXO Y REGIÓN

REGIÓN	SEXO	INGRESOS			ÍNDICE DE CONTRATACIÓN 2018		
		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	778	245	20	70.85 %	25.86 %	10.31 %
Lima y Callao	F	507	177	9	63.31 %	23.14 %	9.97 %
Zona centro	M	29	7		44.62 %	12.17 %	
Zona centro	F	17	4		35.98 %	15.58 %	
Zona norte	M	193	42	2	40.45 %	11.39 %	8.51 %
Zona norte	F	110	19		41.48 %	10.22 %	
Zona sur	M	53	13	1	41.54 %	10.85 %	
Zona sur	F	40	19		47.48 %	16.24 %	8.05 %
<b>TOTAL</b>		<b>1727</b>	<b>526</b>	<b>32</b>	<b>48.21%</b>	<b>15.68%</b>	<b>9.21%</b>



## Plan de beneficios **JUNTOS**



En el 2017 se lanzó nuestro nuevo plan de beneficios **JUNTOS**, el cual consta de cuatro dimensiones: calidad de vida, ahorro, unidos y progreso, con la finalidad de abordar de manera integral todos los ámbitos de desarrollo de nuestros asesores y asesoras, sin distinción de género, sexo u orientación sexual. Los beneficios se aplican a los colaboradores de jornada completa y media jornada.

## PRIMERA DIMENSIÓN “CALIDAD DE VIDA”

Es la primera dimensión de nuestro nuevo plan de beneficios, donde recopilamos todos nuestros beneficios destinados a brindar tiempo libre y al cuidado de la salud del asesor o asesora y su familia.

Dentro de la primera dimensión contamos con los siguientes subdimensiones:

### MÁS TIEMPO PARA TI

- **CELEBRANDO MI MATRI:** otorgamos días hábiles libres para que todos nuestros asesores y asesoras disfruten de ese día tan especial.
- **MI PRIMER DÍA EN EL COLE:** las asesoras y los asesores que tienen hijos de 5 o 6 años que cursan el primer grado de primaria tendrán un permiso de horas para poder acompañar a sus hijos en el primer día de clases.
- **RECIBIENDO A MI BEBÉ:** este beneficio es para todos los papás y las mamás que tienen un nuevo bebé; a ellos se les brindará días libres para que disfruten la llegada del nuevo integrante de la familia. Estos días son adicionales a los días que corresponden por ley; los papás y las mamás que adopten un bebé tendrán también estos días adicionales.
- **DÍA LIBRE POR CUMPLEAÑOS:** para que disfruten esta fecha al máximo, otorgamos a nuestros asesores y asesoras, el día entero libre (con goce de haber) por su cumpleaños; en caso de que no dispongan de ese beneficio el mismo día de su onomástico, tienen la opción de elegir cualquier día dentro del mes para utilizarlo.

- **MÁS ALIMENTO PARA MI BEBÉ:** sabemos que la alimentación de los bebés durante su primer año es muy importante para su desarrollo. Por eso, terminado el tiempo de lactancia (1 año del bebé), nosotros añadimos algunas semanas más a los que corresponden por ley.
- **DÍAS LIBRE POR MUDANZA:** otorgamos días hábiles libres a nuestros asesores y asesoras que se están cambiando de domicilio para que puedan organizarse mejor.
- **ESTAMOS CONTIGO:** es difícil y doloroso perder a un ser querido, por eso en esos momentos, nos solidarizamos brindando días calendarios libres a nuestros asesores y asesoras que sufren la pérdida de un familiar directo.
- **TE CUIDO: CUIDADO DE FAMILIAR HOSPITALIZADO POR GRAVEDAD:** para acompañar a nuestros familiares directos, que estén afrontando problemas graves de salud, brindamos días calendarios libres, adicionales a los permitidos por ley.
- **ME CUIDO: TIEMPO LIBRE PARA ATENCIÓN MÉDICA:** la salud siempre es primero, por ello nuestros asesores y asesoras cuentan con permiso de horas libres para poder atenderse si tuvieran problemas de salud.
- **TIEMPO LIBRE:** todos los asesores y asesoras cuentan con horas libres trimestrales que pueden utilizar en lo que prefieran.
- **MAMI REGRESA FELIZ:** el vínculo entre una madre y su bebé es único, por ello nuestras asesoras que retornan a laborar una vez culminado su periodo pre y posnatal cuentan con un horario especial de menos horas de trabajo (hasta que el bebé cumpla los 8 meses).
- **MÁS DEPORTE MÁS SALUD:** nuestros asesores y asesoras que practican algún deporte nos sirven de fuente de inspiración, por eso para todos aquellos deportistas de nuestra empresa, sean calificados y reconocidos o deportistas independientes con discapacidad, les brindamos días con goce de haber para prepararse si se encuentran participando en alguna competencia.
- **DÍAS LIBRES POR GRADUACIÓN:** para nuestros asesores y asesoras que están graduándose de una carrera de pregrado, les otorgamos días hábiles libres para poder disfrutar mejor de este paso tan importante en sus vidas.
- **VACACIONES PARA ASESORES (AS) PT/PK:** para nuestros asesores y asesoras que trabajan a tiempo parcial, les brindamos días libres de vacaciones, al cumplir el año de trabajo.



## CUIDAMOS TU SALUD



### • **PROGRAMA CONFÍA:**

Pensando en la salud emocional de nuestros asesores, asesoras y la de sus familias, ponemos a disposición el programa de consejería psicológica y asesoría en derecho de familia CONFÍA. Gracias a este programa, asesores y asesoras podrán recibir asesoría psicológica y legal las 24 horas del día y los 365 días del año. La asesoría se realiza por teléfono, whatsApp, correo electrónico, presencial o *in house* (programación de visitas). Este programa se hace extensivo a familiares directos (padres, esposo(a), conviviente, hijos(as)).

### • **PROGRAMA VIVE + SALUDABLE:**

Gracias a este programa nuestros asesores y asesoras podrán disfrutar y aprovechar una serie de actividades que les ayudarán a llevar un estilo de vida más saludable.

• **DÍA SALUDABLE:** nuestros asesores y asesoras disfrutan de un producto saludable gratuito en todas las sedes de Lima y provincias.

### • **PREVENIR ES MEJOR:**

Porque nos interesa ver a nuestros asesores y asesoras siempre sanos y saludables.

Las especialidades se detallan a continuación:

#### **CONSULTAS PSICOLÓGICAS:**

- Psicología infantil
- Psicología del adolescente
- Psicología del adulto
- Psicología familiar
- Psicooncología
- Psicología en pacientes crónicos
- Psicología de urgencias: accidentes, enfermedades, duelos

#### **CONSULTAS DE DERECHO DE FAMILIA:**

- Divorcio
- Separaciones - patria potestad
- Régimen de visitas
- Filiación
- Extramatrimonial - alimentos

Aquí podrán participar de:

- Orientación nutricional: Vive Re Bien, boletín informativo con recomendaciones de salud
- Actividades físicas: pausas activas
- Actividades de relajación

Les brindamos la posibilidad de acceder a nuestras campañas de prevención:

- Campaña de vacunación
- Campaña descarte de cáncer de mama
- Prevención solar
- Pausas activas

- **PROGRAMA CUIDANDO MI FAMILIA**

- **Guía mi primer bebé:** a nuestras futuras mamás y papás primerizos les brindamos periódicamente una guía de *típs* informativos y consejos para cada una de las etapas de la dulce espera.
- **Talleres para padres y madres (nuevo):** estos talleres se ofrecen durante el año y los temas, que se comunicarán cada semestre para las inscripciones correspondientes, abordarán lo siguiente:
  - La importancia de la lactancia materna
  - La nutrición durante el embarazo
  - El rol de los papás en el cuidado y crianza de los hijos
- **Taller de orientación vocacional:** pensado en apoyar a nuestros hijos de 15 a 17 años de edad para la toma de una mejor decisión respecto de su plan de vida académica.

- **PROGRAMA + SEGUROS**

- **EPS:** en alianza con Pacífico Seguros, contamos con un programa EPS que permite a los asesores y asesoras beneficiarse junto a sus familiares directos de una cobertura privada de salud; el pago se hace a través de descuentos por planilla y la empresa asume un porcentaje del costo total.
- **SEGURO ONCOLÓGICO:** beneficio adicional a la EPS.
- **TRABAJAMOS + SEGUROS - SCTR:** en casos de accidentes de trabajo, ponemos a disposición de todos nuestros asesores y asesoras, una cobertura totalmente gratuita con el seguro SCTR.
- **PLAN VIDA LEY:** brindamos una cobertura con el seguro Vida Ley desde el primer día de trabajo.
- **PLAN SALUD OCUPACIONAL:** tenemos con un servicio médico ocupacional periódico en nuestras instalaciones, además de capacitaciones de respuesta ante emergencias. También contamos con monitoreo de higiene ocupacional en cada puesto de trabajo (ruido, iluminación, confort térmico), evaluaciones ergonómicas y psicosociales. Además, realizaremos diferentes campañas a lo largo del año.





## SEGUNDA DIMENSIÓN “AHORRO”

En esta dimensión hemos agrupado todos los beneficios económicos que ofrecemos para todos nuestros colaboradores:

- **TU MUNDO FALABELLA:** al pertenecer al Grupo Falabella, nuestros asesores y asesoras encontrarán grandes beneficios con las empresas del grupo.

### BENEFICIOS FINANCIEROS CON EL BANCO FALABELLA:

- **Cuenta sueldo Banco Falabella:** al contar con la cuenta sueldo BF y la cuenta CTS, podrán acceder a una tasa preferencial.
- **Tarjeta CMR:** nuestros asesores y asesoras podrán acceder a beneficios exclusivos y descuentos en las demás empresas del Grupo Falabella. Estos beneficios comprenden una tasa preferencial, exoneración del cobro por envío de estado de cuenta, seguro de desgravamen y membresía sin costo, siempre y cuando firmen la carta de autorización de descuentos en caso de morosidad.

**EN VIAJES FALABELLA:** podrán disfrutar de descuentos especiales en paquetes turísticos, boletos aéreos y terrestres, solo por pertenecer a nuestro equipo de Sodimac Perú.

### DESCUENTOS EN TIENDAS POR DEPARTAMENTO:

descuentos en Saga Falabella, Tottus, Sodimac Maestro. Contamos con descuentos especiales en las tiendas por departamento del Grupo Falabella por ser miembros del grupo y acceder a descuentos entre 5 % y 20 %.

- **TU ECONOMÍA NOS IMPORTA**

- **DE VUELTA A CLASES:** en el mes de febrero está disponible para nuestros asesores y asesoras con hijos en edad escolar un adelanto de la gratificación para poder apoyarlos con la compra de los útiles escolares.
- **AHORRA MÁS:** descuentos en diferentes establecimientos para los asesores y asesoras y sus respectivas familias.
- **FUTURO MEJOR:** para nosotros es importante que nuestros asesores y asesoras continúen estudiando y creciendo a nivel profesional. Gracias a nuestros convenios con diversas instituciones educativas, les brindamos descuentos especiales para que puedan culminar sus estudios de pregrado o técnicos, seguir cursos de actualización, realizar cursos de especialización o posgrado y potenciar sus conocimientos en el uso de herramientas de Office.
- **AGUINALDO NAVIDEÑO:** acompañamos la mesa familiar de nuestros asesores y asesoras con un vale de pavo y un *pack* navideño.



- **BONO DE COMPAÑÍA:** cuando ocurre la pérdida de un familiar directo (padres, cónyuge, conviviente e hijos), brindamos un bono económico para cubrir cierta parte de los gastos.
- **ADELANTO DE APOYO:** para apoyar en momentos críticos, brindamos la opción de adelantos de la gratificación.
- **MUDANZA - TRASLADO ENTRE CIUDADES:** para nuestros asesores y asesoras que se trasladan a trabajar a otras provincias, se les brinda un bono económico para instalarse en su nuevo hogar, adicionalmente, se les cubre el valor del pasaje y el envío de sus objetos personales.
- **BONO DE EXCELENCIA ACADÉMICA:** por el excelente rendimiento académico en los estudios universitarios o técnicos afines a las labores que realizan nuestros asesores y asesoras, los premiamos con un bono económico por ciclo.
- **BONO DE ESCOLARIDAD:** a todos nuestros asesores y asesoras que tienen hijos menores de edad, les otorgamos un bono económico que los ayudará a iniciar con fuerza el año escolar.
- **AHORRO+DEPORTE+SALUD PARA DEPORTISTAS CERTIFICADOS:** otorgamos un bono económico a todos nuestros asesores y asesoras que sean deportistas y participen en competencias nacionales e internacionales.

## TERCERA DIMENSIÓN “UNIDOS”

La vida está llena de recuerdos y momentos que se construyen día a día. Aquí los tenemos presentes; por eso, no dejamos pasar las ocasiones para celebrar y disfrutar de una vida más feliz tanto en el hogar como en el trabajo.

### • CELEBRAMOS EN FAMILIA

- **Chikicaminata:** nuestros engréidas y engréidos de la casa tendrán un día especial para visitar a su papá o mamá en su lugar de trabajo, conocer nuestros valores y vivir un momento especial.
- **Día del niño(a):** en el mes de agosto celebramos este día, realizando actividades que nos ayudan a sacar la niña o el niño que llevamos dentro; asimismo a todos los padres y madres que tengan hijos o hijas hasta los 12 años de edad y que hayan sido debidamente notificados a la empresa se les enviará un obsequio.
- **Bebé en casa:** regalamos un lindo kit de bienvenida para los nuevos integrantes de las familias de nuestros asesores y asesoras.



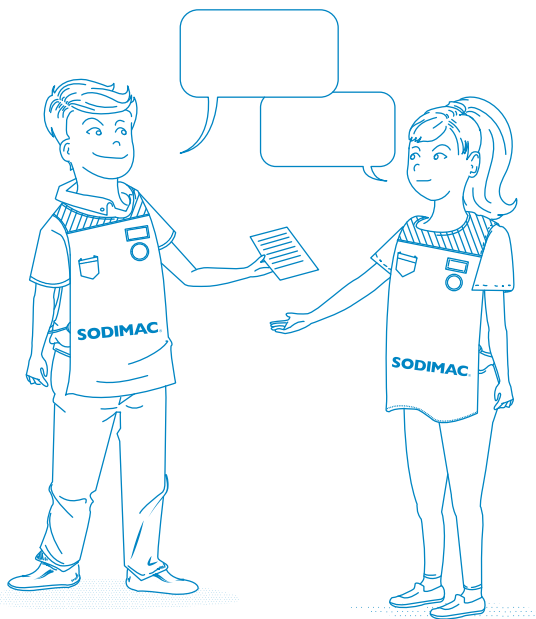
- **Día de la familia:** taller Mi Familia, Mi Soporte: la familia de nuestros asesores y asesoras es muy importante; por eso, en setiembre, el mes de la familia, hemos creado un espacio para compartir con ellos, fomentando el diálogo y reflexión mediante un taller dirigido por el área de Recursos Humanos de Tienda y la Oficina de Apoyo.
- **Navidad de los niños y niñas:** nosotros también vivimos la magia de la Navidad; por eso, realizamos una celebración especial para compartir con la familia, invitando a los hijos e hijas hasta 12 años de edad a vivir una experiencia agradable y recibir, además, un regalo especial.
- **Nuestros Protagonistas Estudiosos:** porque sabemos que los hijos e hijas de nuestros asesores y asesoras se esmeran en mejorar cada día, la empresa les entrega un diploma y un detalle especial a los jóvenes que ocupan los primeros puestos en los diferentes grados escolares.
- **CELEBRAMOS EN EQUIPO:** toda ocasión es una oportunidad para estar juntos, compartir nuestros valores y disfrutar del compañerismo y camaradería.
  - Día de la Madre
  - Día del Padre
  - Día de la Amistad
  - Día de la Mujer
  - Día del Vendedor
  - Día del Trabajo
  - Fiestas Patrias
  - Día del Abuelo
  - Halloween Criollo
  - Día del Hombre
  - Aniversario de Tienda
  - Reunión de Navidad
  - Celebración de Cumpleaños
  - Compartir por Inventario General
- **CELEBRAMOS EN EQUIPO:**
  - **Programa de reconocimiento Construyendo Juntos:** creado con la finalidad de premiar a nuestros mejores asesores y asesoras.
  - Reuniones de confianza: es una herramienta de escucha que permite conocer la situación que viven diariamente los asesores y asesoras en la tienda.
  - **Canal de Integridad:** porque estamos siempre atentos a escuchar sus opiniones o comentarios, esta plataforma permite a los asesores y asesoras manifestar sus dudas, inquietudes o denuncias de forma pública o anónima.
  - **Reuniones bimensuales:** cada dos meses tenemos espacios para compartir logros, cambios, campañas o reconocimientos en todas nuestras tiendas.



## CUARTA DIMENSIÓN “PROGRESO”

Consideramos importante crecer como equipo a nivel profesional, pero sobre todo a nivel personal. Gracias a la serie de beneficios que presentamos, buscamos aportar en el desarrollo de nuestros asesores y asesoras.

- **DESARROLLO PROFESIONAL:**
  - **Escuela de Excelencia Sodimac y Maestro:** pensando en el desarrollo profesional de nuestros asesores y asesoras, los capacitamos constantemente para que puedan seguir especializándose y creciendo en el campo donde se desenvuelven.
  - **Línea de carrera:** contamos con nuestros programas de concursos internos Escalando, donde nuestros asesores y asesoras pueden postular a nuevas vacantes en las diferentes posiciones y así seguir creciendo profesionalmente.



- **SOSTENIBILIDAD:**
  - **PÍNTATE VERDE:** programas de cuidado ambiental en el cual buscamos sensibilizar y motivar a nuestros asesores y asesoras en la protección ambiental y el uso eficiente de los recursos de nuestro planeta.
  - **COMPROMISO CON LA COMUNIDAD - CLUB DE VOLUNTARIOS:** a través de nuestro club de voluntarios realizamos diferentes actividades con nuestros socios estratégicos: TECHO y Fe y Alegría. Además, con el apoyo del comité de Sostenibilidad que existe en cada tienda, nos organizamos para desarrollar los voluntariados enfocados en las necesidades que se presentan en la comunidad.
- **GRAN FERIA DE BENEFICIOS:** con la finalidad de hacerles llegar toda la información a nuestros asesores y asesoras, se implementaron varias actividades tanto en tiendas como en oficina, siendo la más importante La Gran Feria de Beneficios. A través de estaciones de información, juegos y sorteos, nuestros asesores y asesoras fueron informados y despejaron dudas sobre nuestros nuevos y renovados beneficios.
- **FERIA DE LA SALUD:** consiste en invitar a diferentes proveedores de la salud como oftalmología, salud oral, asesoría nutricional, despistaje de lunares, consultorio médico, dermatológico, de belleza e imagen para que los asesores y asesoras utilicen este servicio y puedan obtener resultados inmediatos y continuar su tratamiento a precios corporativos. Este servicio ha tenido gran acogida.
- **ESPACIO MEDITATIVO CALMA MENTE:** este espacio de meditación está dirigido a los asesores y asesoras. Busca promover un espacio de silencio y relajación que,

a través de estímulos sonoros y olfativos, impacte positivamente en el bienestar de ellos. Los beneficios que se obtienen son el afianzamiento de la relación con uno mismo y los demás, los aportes positivos a la salud mental, física y espiritual, el desarrollo de la inteligencia emocional, la consciencia del presente y la mejora del clima laboral.

- **POLÍTICA DE HORARIO FLEXIBLE:** pensando en el balance de la vida profesional y personal de nuestros asesores y asesoras, Sodimac Perú tiene una propuesta que busca adaptar los horarios de ingreso y de salida de los asesores y asesoras de acuerdo a sus necesidades. La empresa ha establecido un horario de verano en los primeros meses del año.

## Clima laboral

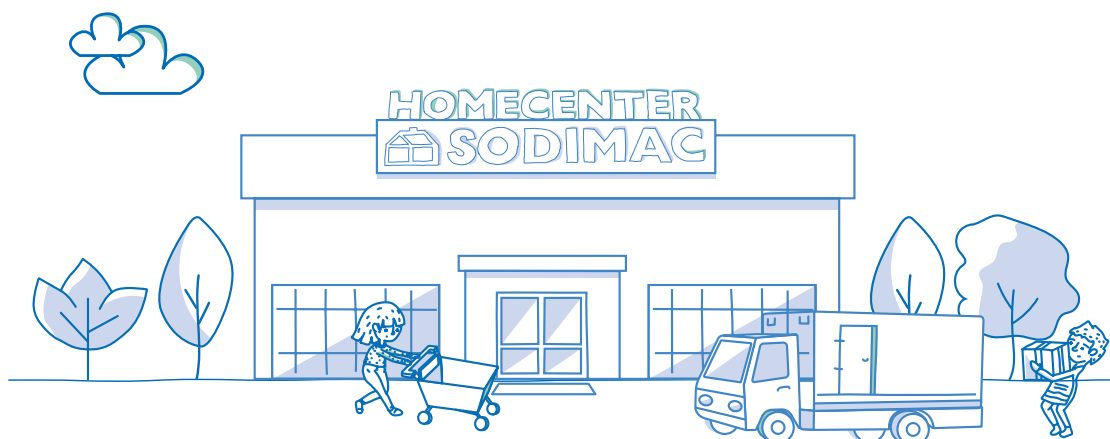
Nuestro objetivo año a año es ser la mejor empresa *retail* para trabajar en el Perú. Somos conscientes que solo en un ambiente sano y armónico los colaboradores pueden aportar lo mejor de su talento, por tal motivo, en cada área propiciamos las condiciones para un buen clima organizacional y así hacer de nuestra casa el mejor lugar para laborar.

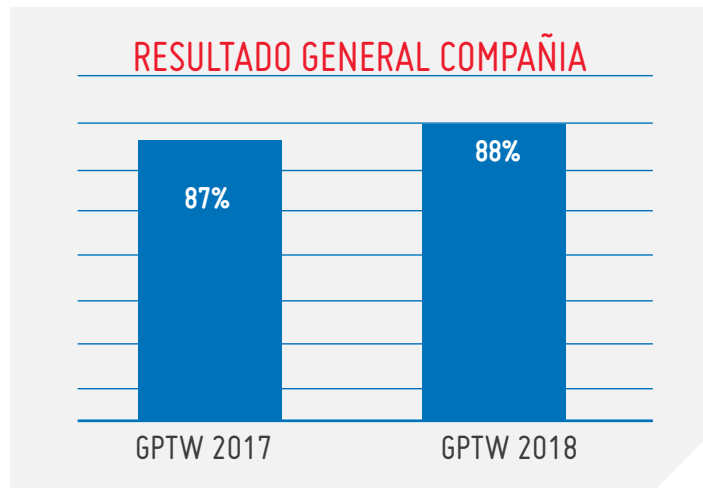
Medimos anualmente el clima organizacional por medio de una encuesta interna y otra elaborada por el Great Place to Work Institute Perú; ambas miden la satisfacción y percepción de los asesores y asesoras al interior de la empresa en cinco dimensiones básicas: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

Estos resultados nos permiten, además de la evaluación misma, generar planes de acción que nos llevan a seguir construyendo el mejor lugar para trabajar, teniendo en cuenta los resultados específicos por género, antigüedad, rango de edad y áreas de la tienda (*Call Center*, centros de distribución y administrativos) con el propósito de entender las necesidades puntuales y reconocer las diferencias en cada grupo objetivo para formular e implementar acciones orientadas a mejorar el clima laboral de la compañía.

De manera constante hemos crecido durante los años de la aplicación de la encuesta. La encuesta correspondiente al año 2018 se aplicó bajo la modalidad *online* al 93 % de los asesores y asesoras en planilla.

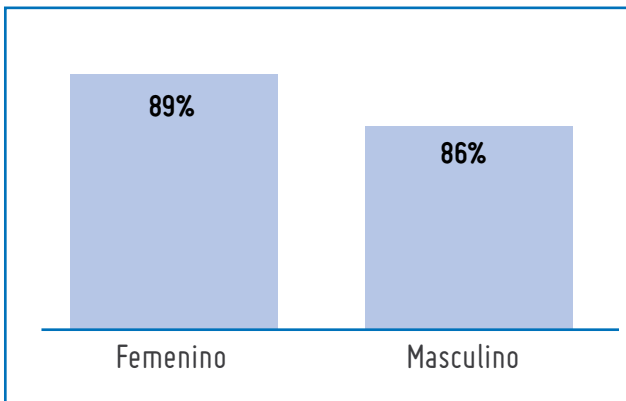
El estudio indica que el porcentaje de aceptación general como empresa es del 88 %, subiendo 1 punto con respecto al año anterior, pero dando como resultado la misma ubicación obtenida en el 2017 (puesto 11).



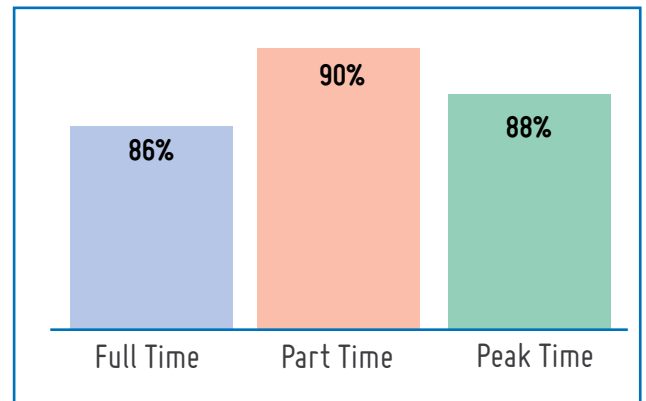


A continuación, presentamos los resultados obtenidos considerando diferentes criterios de segmentación:

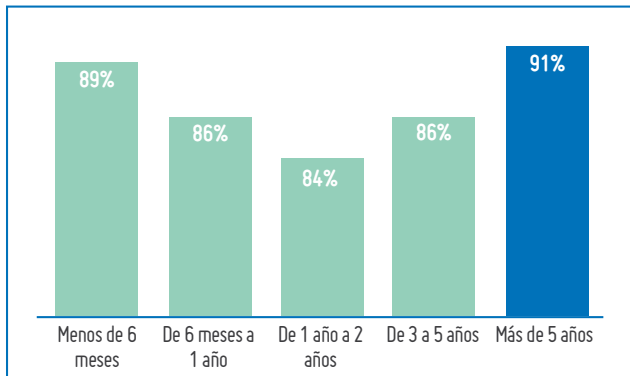
#### Satisfacción por Sexo



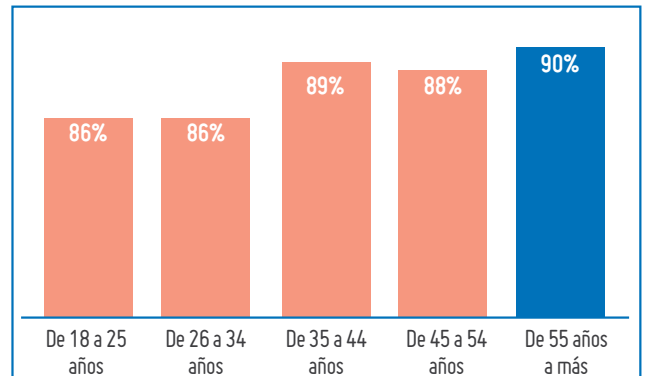
#### Satisfacción por Horario de Trabajo



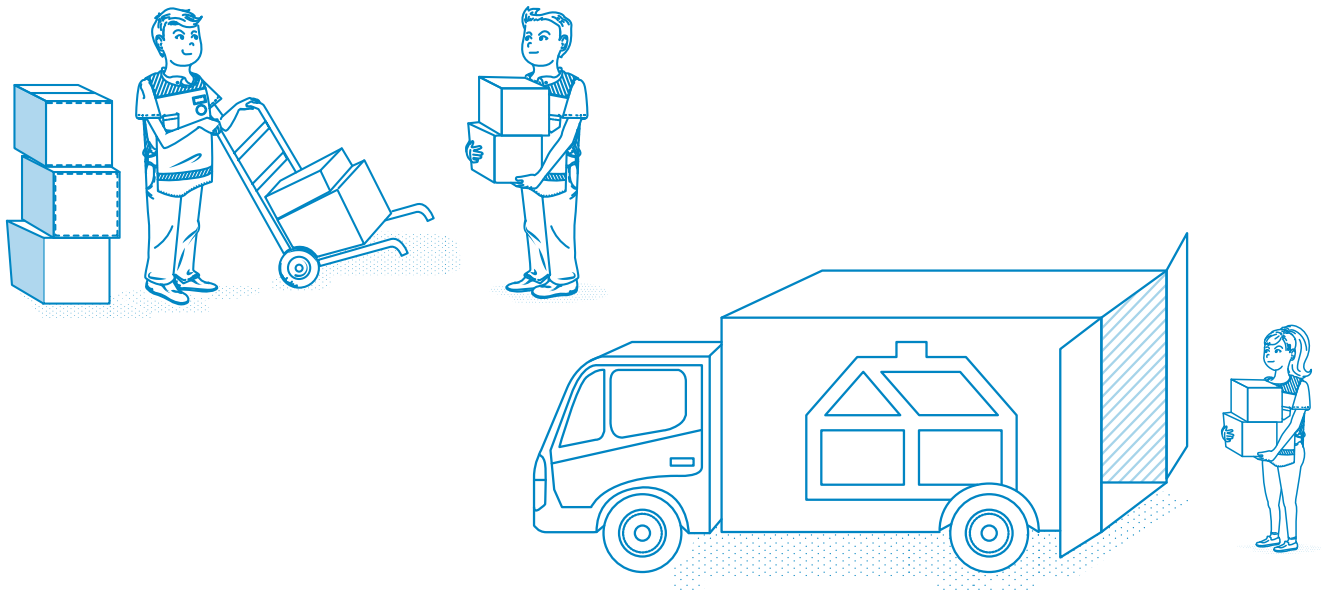
### Satisfacción por Antigüedad



### Satisfacción por Edad



Nos encontramos dentro del *ranking* GPTW por más de diez años, siendo uno de los mejores lugares para trabajar en el Perú, y sobre todo, manteniendo la confianza de nuestros más de 5,000 asesores y asesoras.



## 7.3 Presencia en el mercado

(GRI 202-presencia en el mercado 102-1, 102-2, 102-3)  
(GRI 202-1)

Sodimac Perú apuesta por atraer al mejor talento del mercado. Candidatos comprometidos con los resultados y la empresa, con espíritu emprendedor, alto sentido de responsabilidad y capacidad para brindar un servicio de excelencia a nuestros clientes. Además, como requisito primordial, con el cual evaluamos a potenciales integrantes de nuestra familia, la adaptación a nuestros valores: Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad.

Como empresa entendemos la importancia de estar alineados para incorporar personas que caminen hacia esa misma dirección. Es por ello que en el proceso de reclutamiento y selección, buscamos en los nuevos y/o potenciales asesores(as), personas capaces de adaptarse a nuestra cultura organizacional.

Es importante para nosotros, asegurarnos que los candidatos vivan en zonas aledañas a las tiendas que postulan; esto permitirá que tengan un mayor equilibrio vida - trabajo. El 90 % de nuestros asesores y asesoras de Tienda vive en zonas cercanas.

Contamos con una Política de Reclutamiento y Atracción del Talento, con un enfoque de diversidad (generacional, género, discapacidad, LGTB+, creencias), la cual tiene como objetivo cubrir las vacantes que se generan en la empresa a través de un proceso objetivo, transparente y estructurado que logre seleccionar a los postulantes externos que posean el perfil requerido.

Nuestros canales de búsqueda van desde bolsas de empleo virtuales, programa de referidos, convenios con instituciones, entre otros, los cuales permiten atraer candidatos potenciales. Sin embargo, creemos que el éxito del proceso se basa en la participación de líderes, quienes conocen el perfil que la organización necesita para dar el mejor servicio a nuestros clientes, por este motivo una de las estrategias clave para ubicar al talento correcto es el involucramiento del jefe o jefa en el proceso de selección. Por ello, en el 2018 se armó una guía de entrevistas para saber cómo entrevistar a los candidatos(as) y se capacitó a más de 300 líderes de Tienda.

Para evaluar nuestra gestión de reclutamiento, contamos con los siguientes indicadores:

- Tiempos de cobertura
- Número de ingresos frente a número de candidatos
- Número de convenios

### Programa Trabajando junto a ti

El programa Trabajando junto a ti, implementando en el año 2016, promueve la participación de personas con discapacidad en los procesos de selección. Estas discapacidades pueden ser visual monocular, auditivo parcial, personas de talla pequeña, ambulatoria limitada, segmento corporal amputado, personas con capacidad limitada para la comunicación oral y personas con capacidad de manipulación limitada.

Para ello se han entablado alianzas con la Bolsa de Trabajo de Personas con Discapacidad del Ministerio de Trabajo y Pro-





moción del Empleo (Omaped) en Lima y provincias, el Instituto Nacional de Rehabilitación (INR), el Conadis, el Centro Especializado de Rehabilitación Profesional (CERP) en Lima y provincias, la Asociación de Personas Pequeñas del Perú (Aspepp), entre otras instituciones que fomentan al igual que Sodimac Perú la inclusión de personas con discapacidad al mundo laboral.

Nuestro proceso de selección para personas con discapacidad se realiza como un proceso regular en tiendas y Oficina de Apoyo. Sin embargo, se ha realizado un ajuste razonable en la selección abriendo convocatorias a postulantes con primaria completa, lo cual implica un escenario diferente a lo que regularmente exige la empresa.

Con la finalidad de hacer extensivo el programa en todas las provincias, cada jefe o jefa de Recursos Humanos de las 26 tiendas realiza procesos de selección descentralizados en la semana.

## Programa Espíritu Joven

Tiene como objetivo brindar oportunidades laborales para adultos mayores. En nuestra experiencia, podemos afirmar que nuestros maestros jubilados demuestran un alto compromiso con su trabajo y se esfuerzan por alcanzar un desempeño sobresaliente. Creemos en la experiencia y conocimiento de estas personas, a quienes respetamos y valoramos por su aporte.

## Bolsas de empleo virtuales

Hemos optado por realizar reclutamiento *online*, haciendo publicaciones en diversas páginas web como Bumeran, Computrabajo, LinkedIn y páginas de diversas universidades, donde podemos publicar convocatorias en Lima y provincias. Igualmente hemos participado en diferentes ferias *online*, lugares donde las nuevas generaciones de jóvenes buscan activamente empleo. Por cada convocatoria publicada, recibimos aproximadamente 200 postulaciones de hombres y mujeres.

## Programa de referidos Recluta y Gana

Este programa tiene como objetivo ampliar los canales de reclutamiento interno y fomentar la participación de nuestros asesores y asesoras en la búsqueda y selección del mejor talento para cubrir las vacantes en tiendas. Está dirigido a todos los asesores y asesoras que integran las tiendas Sodimac Perú a nivel nacional.

El Recluta y Gana permite que nuestros asesores y asesoras recomienden a sus familiares, amigos o conocidos. En el caso que el recomendado permanezca más de cuatro meses laborando con nosotros, el asesor o asesora podrá ganar premios. En la mayoría de los casos, los contratados cuentan con referencias del negocio y postulan por los buenos comentarios recibidos.



## Programa CRECE

Es un programa que busca potenciar el talento de nuestros jóvenes profesionales, formar sucesores internos, promover la movilidad y fortalecer el orgullo de pertenecer al Grupo Fabelabla. Sus características son:

- Se realiza una vez al año y se accede a través de una invitación a postular (de acuerdo a los requisitos del programa).
- El número de vacantes por negocio es proporcional al tamaño del mismo.
- La duración aproximada de seis meses.
- Sujeto a un acuerdo de permanencia de mínimo un año posterior al término del programa.

Se basa en el fortalecimiento de tres dimensiones:

- Cultura y conocimiento del negocio.
- Liderazgo.
- Integración y sinergia entre negocios.

Se contó como aliado a la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC).

### Convenios con instituciones

Hemos realizado 50 convenios con diferentes instituciones educativas y con 17 municipalidades que nos permiten convocar a personas que están terminando carreras técnicas y desean trabajar en empresas sólidas y de prestigio.

Asimismo, hemos realizado convenios con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo bajo el programa Impulsa, que desarrolla acciones para promover el empleo, mejorar las competencias laborales e incrementar los niveles de empleabilidad del país.

### Buzón de CV (Curriculum Vitae)

Contamos con un buzón de CV al ingreso de cada una de las tiendas, que invita de una manera muy cálida a formar parte del equipo de Sodimac Perú a nuestros clientes.

### Reingresos

Con el objetivo de ampliar nuestras fuentes de reclutamiento, hemos incluido en nuestra Política de Reclutamiento y Selección, una sección de evaluación de reingresos. Muchos de nuestros exasesores y exasesoras desean retornar, por lo que evaluamos cada caso de forma particular: tiempo que trabajaron en Sodimac Perú, evaluación del desempeño durante su permanencia en la empresa y además, solicitamos retroalimentación del jefe o jefa inmediato, gerente de Tienda y jefe o jefa de Recursos Humanos.

### Compromisos 2019

- Continuar promoviendo el programa Trabajando junto a ti para completar la dotación del 3 % de personal con discapacidad establecido por la ley.
- Continuar promoviendo el programa Espíritu Joven.
- Considerar por lo menos a una mujer en la terna de selección de procesos de la Oficina de Apoyo.

Nuestros altos directivos pertenecen a las categorías de alta gerencia y gerencias medias. Contamos con 76 asesores y asesoras que pertenecen a dichas categorías, de los cuales 62 pertenecen a la comunidad local donde desarrollan sus actividades, lo que equivale al 81.5% de asesores y asesoras de dichas categorías laborales.

## 7.4 Diversidad e igualdad de oportunidades

(GRI 405–diversidad e igualdad de oportunidades) (GRI 405–1)  
(GRI 405–2) (GRI 202–1)

### Plan Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia (EDIPVI) “Viviendo una Cultura de Paz”

#### Objetivo de Desarrollo Sostenible vinculado:



**5:** Igualdad de género: brindar las mismas oportunidades de desarrollo para nuestros asesores y asesoras en nuestra cadena de valor.

Para Sodimac Perú es un compromiso vivir en equidad, respetando y valorando la diversidad dentro y fuera de nuestra empresa. Apostamos por ir más allá de la normativa y tenemos como lineamientos el desarrollo de acciones que promueven una cultura de paz, además, multiplicamos las posibilidades de encontrar soluciones innovadoras y mejores resultados.

Sodimac Perú se encuentra totalmente a favor de la protección a los derechos humanos, ya que nuestras políticas están basadas en los Principios del Pacto Mundial. Contamos con Políticas de Equidad, Diversidad e Inclusión, prevención de la violencia contra la mujer y Política de Sostenibilidad, en las cuales nos comprometemos al respeto de todos nuestros grupos de interés.

Nuestro marco de transparencia para proveedores también considera el respeto por los derechos humanos y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

Entendemos que los asesores y asesoras de Sodimac Perú representan una fuerza laboral talentosa y con gran potencial en su diversidad. Por ello, alcanzar el máximo potencial de esta fuerza es fundamental para nuestro éxito competitivo. Por otro lado, el concepto de diversidad significa para nosotros la aceptación, inclusión y respeto a la cualidad de “distinto” de todos los seres humanos, y cómo esta cualidad nos hace únicos y valiosos, al aportar diversas características que fomentan la excelencia en nuestro trabajo.

Y de igual manera, el término inclusión nos hace referencia a prácticas estandarizadas que brindan oportunidades y espacios para el aprendizaje, crecimiento y desarrollo profesional de todas las personas sin distinción, valorando en ellas sus diferencias.

Un elemento clave en nuestros programas de diversidad e inclusión es el compromiso de Sodimac Perú con la igualdad de oportunidades. Las actividades de contratación, promoción y compensación de empleados se conducen sin distinción de raza, color, religión, sexo, identidad orientación sexual, nacionalidad, discapacidad, enfermedad, edad, habilidades y educación. Asimismo, diseñamos e implementamos actividades y beneficios para todos los asesores y asesoras de la empresa en cumplimiento con todas las leyes aplicables y alineadas a nuestros valores.

Promovemos la igualdad de oportunidades; todos los asesores y asesoras tienen acceso a los mismos derechos y beneficios, pero los ascensos y el crecimiento profesional se evalúan de acuerdo a indicadores y sobre todo al mérito personal de cada uno de ellos. Por ningún motivo hacemos diferencias de género, edad, nacionalidad o condición física.



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

Constituido por las siguientes dimensiones y basadas en nuestras políticas:

- **Rol Gestor(a) EDIPVI:** impulsar activa y permanentemente el programa EDIPVI, fomentando el conocimiento de la Política de Equidad y la Política de Diversidad e Inclusión, implementando el programa de capacitación Ruta de la Equidad, generando espacio de diálogo inclusivo con los asesores y asesoras, y reforzando la difusión, el conocimiento y uso del canal de denuncias Eticacción, el canal de soporte psicológico y legal Confía y el plan de beneficios JUNTOS. Asimismo, prevenir y contener situaciones de violencia que puedan presentarse, según el decálogo EDIPVI.
- **Ruta de la Equidad:** talleres vivenciales mensuales de sensibilización –liderado por los gestores y gestoras EDIPVI y dirigido a los asesores, asesoras, sus familiares y comunidad–, que busca crear conciencia y brindar herramientas que nos empoderen como agentes de cambio para prevenir y actuar frente a situaciones de violencia, a favor de una cultura de paz sostenible.
- **Canal de escucha y denuncias Eticacción:** canal anónimo y confidencial de denuncias y consultas, dirigido a los asesores, asesoras y proveedores, y regulado por la consultora internacional KPMG con el fin de reportar posibles conductas irregulares dentro de la empresa, que incumplan nuestro Código de Ética y contradigan nuestros valores REIR.

- **Canal de soporte psicológico y legal Confía:**

canal de apoyo de asesoría psicológica y legal, activo las 24 horas del día y los 365 días del año. El beneficio se extiende a los familiares directos (esposo(a) e hijos(as)), y para los solteros/as (padres).

Durante el 2018 en ambos programas de asistencia (legal y psicológica) se realizaron un total de 1,237 atenciones, de las cuales 735 fueron realizadas a colaboradores de Sodimac Perú y 502 a Maestro. En cuanto al canal de atención, se realizaron 712 atenciones en consejería telefónica, mientras que las atenciones presenciales en los consultorios de Talent Consulting sumaron 473 en total y 51 en la modalidad *in house*. De todas las atenciones que se realizaron, 939 fueron efectuadas con los titulares del servicio y 221 de las atenciones fueron realizadas con los hijos de los colaboradores, 59 de las atenciones fueron los cónyuges de los colaboradores quienes solicitaron el servicio, 14 de las atenciones fueron para los padres y solo dos convivientes solicitaron apoyo psicológico. Las edades de las personas atendidas fluctuaron entre los 2 y 67 años.

### MOTIVOS DE CONSULTA

Categoría	TOTAL	%
Personal	448	36.22%
Familia	405	32.74%
Pareja	179	14.47%
Laboral	10	0.81%
Derecho de familia	195	15.76%
<b>TOTAL</b>	<b>1237</b>	<b>100%</b>

## Programa Espíritu Joven

Dirigido a brindar oportunidades laborales para adultos mayores (véase sección 7.3 Presencia en el mercado). En la actualidad contamos con 81 adultos mayores (de 50 a más), a los cuales les otorgamos beneficios tales como revalorización de su experiencia, exámenes preventivos de salud y celebraciones como el Día del Abuelo.

## Programa Trabajando junto a ti

Dirigido a personas con discapacidad (véase sección 7.3 Presencia en el mercado) para brindar la oportunidad de reconocer y valorar sus diferencias. En el 2018 se contó con 99 personas con habilidades diferentes, quienes laboraron en turnos de tiempo completo, medio tiempo y *peak time*.



### DOTACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y SEXO 2018

Categoría laboral	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directorio	4	0	4	100 %	0%	100.00%
Administrativos	334	294	628	53.18%	46.82%	100.00%
Alta gerencia	6	3	9	66.67%	33.33%	100.00%
Gerencias medias	51	16	67	76.12%	23.88%	100.00%
Mandos intermedios	340	246	586	58.02%	41.98%	100.00%
Operaciones	1,416	1004	2,420	58.51%	41.49%	100.00%
Vendedores	1,382	911	2,293	60.27%	39.73%	100.00%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3,529</b>	<b>2,474</b>	<b>6,003</b>	<b>58.79%</b>	<b>41.21%</b>	<b>100.00%</b>

### DOTACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y RANGO DE EDAD – 2018

Categoría laboral	Menos de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años
Directorio (pendiente)	0 %	60 %	40 %
Administrativos	39.17 %	58.60 %	2.23 %
Alta gerencia	0.00 %	66.67 %	33.33 %
Gerencias medias	1.49 %	88.06 %	10.45 %
Mandos intermedios	14.16 %	81.06 %	4.78 %
Operaciones	53.10 %	40.87 %	6.03 %
Vendedores	57.35 %	35.02 %	7.63 %
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>48.81 %</b>	<b>44.98 %</b>	<b>6.21 %</b>



### RATIO DEL SALARIO BASE FRENTE AL SALARIO MÍNIMO VITAL Y DE LA REMUNERACIÓN DE MUJERES FRENTE A HOMBRES

Categoría laboral	Masculino Ratio (%)	Femenino Ratio (%)	Mujeres/Hombres 2018
Administrativos	2.24	2.35	0.95
Gerencias medias	19.1	19.5	1.02
Mandos intermedios	4.14	4.70	1.13
Operaciones	1.02	0.76	0.74
Vendedores	0.85	0.76	0.89

### RATIO DEL SALARIO INICIAL ESTÁNDAR POR SEXO FRENTE AL SALARIO MÍNIMO LEGAL

Categoría laboral	Masculino Ratio (%)	Femenino Ratio (%)	Mujeres/Hombres 2018
Administrativos	1.08	1.04	1.03
Gerencias medias	11.61	11.83	0.98
Mandos intermedios	1.94	1.99	1.03
Operaciones	1.00	1.00	1.00
Vendedores	1.00	1.00	1.00

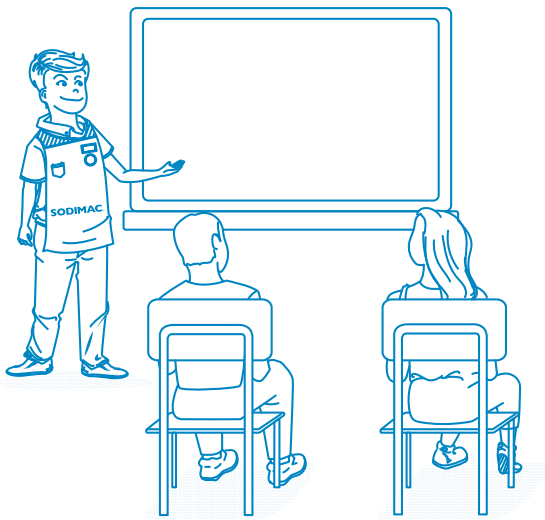


## 7.5 Capacitación

(404 formación y enseñanza 103-1,103-2) (GRI 404-1)  
(GRI 404-3)



La Escuela de Excelencia de Sodimac y Maestro desarrolló en el 2018 un plan de aprendizaje alineado a la cultura y pilares estratégicos de la organización y diseñado para brindar la mejor experiencia de compra de nuestros clientes para acompañarlos en la construcción de sus sueños y proyectos de hogar.



### Desde el frente de capacitación técnica de venta proyectos logramos:

- 220,250 horas persona de capacitación, siendo consecuencia de una política en la que cada asesor o asesora *full time* debe recibir por lo menos 4 horas de capacitación y 2 horas para el caso de los asesores *part time* al mes.
- 1,550 horas técnicas promedio-mensuales en todos los roles de servicio al cliente.
- El relanzamiento de materiales de estudio (manuales y pantoneras de venta proyectos) de los trece departamentos técnicos que consolidan los 97 proyectos que gestionamos.
- La virtualización en videos técnicos instructivos de siete proyectos.
- El diseño y lanzamiento de los manuales de dos departamentos de área blanda (textil y menaje) para todas las tiendas.
- La certificación de 1,150 monitores internos distribuidos a nivel nacional para capacitar en los diversos proyectos.
- Certificar a 47 Monitor de Monitores - MOMO, quienes son los expertos por cada departamento y lideran la ejecución de las capacitaciones técnicas.
- Colaborar con Sodimac México en la formación de sus expertos con la participación de diez Momos peruanos que viajaron para capacitar antes de la apertura de dos de sus tiendas.
- Rediseñar la herramienta con la que ejecutamos las evaluaciones técnicas (CT) a nivel nacional para los asesores de ventas, jefes y subgerentes. Esto implicó una revisión del banco de preguntas.





- Alinear la evaluación CT a la línea de carrera de los asesores y asesoras; siendo un criterio indispensable para los ascensos.
- La evaluación de Conocimiento Técnico (CT) bianual con incremento de 7 puntos en Maestro (90 %) y 10 puntos en Sodimac (87 %).
- Relanzar el programa Estudiando Ando en el que se comparten las mejores prácticas de aprendizaje técnico entre tiendas y se consolidan en el Libro del Saber.
- Implementar la Copa del Saber, un reconocimiento a las más altas notas de CT en dos categorías por tamaño de tienda.
- Realizar seis ferias de capacitación práctica y vivencial que complementan la capacitación teórica, brindando herramientas de desarrollo de las competencias técnicas in situ.
- Diseñar y difundir el programa de capacitación Marcas Propias, dos veces al año a nivel nacional donde se trabajaron material de estudio relevante con la presencia de los expertos proveedores para la absolución de consultas y refuerzo de conocimiento.
- Llevar a cabo el programa de capacitación especializada con los principales proveedores para el refuerzo de conocimiento de productos.

**Desde el frente de capacitación en habilidades comerciales logramos:**

- Diseñar el programa Las 4C, en colaboración con los gerentes de Negocio, Productividad, Operaciones, Servicio al Cliente, Tiendas, Marketing y Recursos Humanos. Las 4C es un modelo de servicio al cliente que contempla cuatro fases:

- **Contacto**
- **Comprendo**
- **Convenzo:** desarrollo del PROSOF
  - Venta proyectos
  - Servicios comerciales
  - Omnicanalidad
  - Financiamiento CMR

- **Cierro**

- Lanzar el programa Las 4C a los gerentes de Tienda quienes se certificaron para bajar en cascada los talleres a todos los asesores y asesoras. Hasta noviembre del 2018 tenemos al 76.5 % de asesores capacitados.
- Diseñar materiales de refuerzo para Las 4C como cápsulas de conocimiento virtuales con su respectivo protocolo, concurso de jingle, entre otros.
- Vincular el cliente incógnito a la estructura de Las 4C para poder hacer un seguimiento de la metodología in situ.
- Diseñar el programa de capacitación Servicios Comerciales para lo cual se elaboraron, por primera vez, manuales, video instructivo y evaluación de conocimientos, obteniendo como resultados: Maestro 92.4 % y Sodimac 80.5 %.

**Desde el frente de capacitación omnicanal logramos:**

- Diseñar una capacitación orientada a la alfabetización digital de los asesores y asesoras en tiendas para introducirlos a la cultura digital y el uso de las herramientas tecnológicas que se han implementado en piso de venta como Pechera Móvil, módulo.com y Selling Center:
  - Talleres prácticos de módulos.com a todos los líderes de tienda y vendedores
  - Talleres prácticos de funcionalidad del aplicativo Pechera Móvil
  - Talleres prácticos de Selling Center
- Iniciar una nueva metodología de aprendizaje en la Escuela de Excelencia a través de la capacitación *e-learning*, una herramienta tecnológica que permite la transmisión de conocimiento de una forma más ágil, flexible y que elimina las distancias físicas.
- Implementar un nuevo canal de capacitación a través del uso de la herramienta *WorkPlace* con videos y transmisiones en vivo para el refuerzo de conocimientos.



- Ejecutar capacitaciones en el uso de herramientas *PaperLess* para la difusión de nuevos procedimientos como vacaciones, boletas electrónicas, etc.
- Implementar capacitaciones para el desarrollo de competencias digitales en los líderes como:
  - Workshop de Metodologías Ágiles con BCG para líderes de Oficina de Apoyo.
  - Workshop Transformación Digital con Hyper Island a nivel regional para comité ejecutivo del Grupo Falabella.
- Con el ánimo de instaurar una metodología diferente para transmitir conocimiento e inspirados en las charlas tipo TED, implementamos el programa Charlas Libres, un espacio que permite compartir buenas ideas que inspiren cambios en actitudes y promueva conocimientos de temas diversos que impacten en el negocio. Se llevaron a cabo 11 de estas charlas en el 2018 lideradas por los gerentes de primera y segunda línea y contamos con la participación del Country Manager de Sodimac.
- Con la finalidad de reforzar la Cultura Lean en nuestro negocio, 11 asesores de la Oficina de Apoyo de diferentes áreas y gerentes de Tienda pasaron por un proceso de Certificación Lean. Todo esto con el objetivo de contar con facilitadores de promoción de esta filosofía.
- En Lima se realizó el Congreso Digital Seo y Estrategia de Contenido y enviamos a 14 asesores de Venta a distancia y Marketing.

## Compromisos 2019

- Ser una herramienta clave para impulsar la transformación digital en la organización con el apoyo de nuestras herramientas digitales (e-learning, Pechera, Open Lab, Task Manager, WorkPlace).
- Potenciar el desarrollo de competencias de liderazgo bajo el programa Líder Ejemplo.
- Reforzar el conocimiento técnico de nuestros vendedores en la medición semestral del CT y potenciar nuestro modelo de ventas con calidad de servicio Las 4C.

## Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño es un proceso importante para Sodimac Perú porque permite a los líderes implementar y afinar estrategias en pro de la empresa y del mismo asesor o asesora. Este proceso abarca competencias y etapas que están alineadas a nuestra cultura para también identificar a los potenciales talentos dentro de la empresa. Asimismo, empodera a los líderes poniendo en práctica su capacidad de brindar y solicitar *feedback*. Adicionalmente, la evaluación del desempeño también nos ayuda a determinar planes de acción para que el asesor o asesora pueda tener un lineamiento con el fin de desarrollarse dentro de la empresa. Este proceso ayuda a acortar brechas entre el desempeño actual y el esperado de cada asesor o asesora.

Actualmente, mediante una plataforma corporativa virtual (Falanet) se evalúa el desempeño de los asesores y asesoras en cuanto a sus fortalezas y oportunidades de mejora. El proceso tiene como propósito poder gestionar el desempeño y no solo medirlo.

Hoy en día, el proceso de evaluación del desempeño se realiza una vez al año y tiene como principales alcances los siguientes puntos:

- La evaluación se aplica a todos los asesores y asesoras que tienen como mínimo tres meses en la empresa.
- Cada evaluación está diseñada de acuerdo con el perfil del puesto e incluye competencias genéricas y específicas, divididas en desempeño y liderazgo.
- En la evaluación se detallan las fortalezas y oportunidades de mejora de cada asesor o asesora; asimismo se asignan notas a las competencias y se elaboran los planes de acción.
- La escala de evaluación del desempeño va del 1 al 4.

<b>4</b>	<b>Sobresaliente</b>
<b>3</b>	<b>Cumple satisfactoriamente</b>
<b>2</b>	<b>Cumple parcialmente</b>
<b>1</b>	<b>No cumple</b>

- En la evaluación se define una nota potencial, la cual interpreta el grado de preparación en educación y experiencia que tiene el asesor o asesora para ocupar un cargo superior al que actualmente mantiene. Esta nota es distinta a la nota del desempeño.
- La evaluación del desempeño puede abarcar dos niveles diferentes, dependiendo del cargo que ocupe el asesor o asesora:
  - **Evaluación de 360°**- El asesor o asesora es evaluado por su jefe(a), pares, subordinados y él mismo o ella misma. Este tipo de evaluación es empleado para los gerentes, subgerentes y jefes de área. Con esta evaluación se cubrieron todas las posiciones de liderazgo, es decir 116 personas, correspondiente al 1.93% del total de asesoras y asesores.
  - **Evaluación de 45°** - El asesor o asesora es evaluado solo por su jefe(a) inmediato y está dirigida a las demás posiciones que no son 360°.
- El proceso de evaluación del desempeño se divide en tres subprocesos de acuerdo con la jerarquía y alcance de cada evaluación:
  - **360° Local:** proceso de evaluación para todos los cargos gerenciales dentro de la empresa tanto a nivel tienda como de oficina.
  - **Evaluación en la Oficina de Apoyo.**
  - **Evaluación en tiendas:** gestionado desde la oficina, pero a cargo de cada jefe(a) de desarrollo del asesor(a) en las tiendas.

El proceso de evaluación del desempeño permite generar cercanía entre el asesor o asesora y su jefe(a). Esto es un gran la oportunidad para conocer los retos, objetivos personales y profesionales de todos los colaboradores y a través del plan de desarrollo, desafiar profesionalmente a los asesores y asesoras. Este reforzamiento se realiza mediante el fortalecimiento de acciones constructivas que agregan valor a nuestro servicio como empresa o mediante acciones concretas que permitan que el asesor o asesora desarrolle nuevas competencias que lo ayudarán a seguir una línea de carrera.

Para ello, el procedimiento de la evaluación del desempeño es el siguiente:

**a) Realización de capacitaciones:** el área de Desarrollo de RR.HH. planifica capacitaciones dirigidas a las gerencias, jefaturas y asesores para el proceso de evaluación del desempeño e informa el cronograma de las mismas. Estas capacitaciones se contabilizan dentro de la malla de horario de cada asesor o asesora.

**b) Recolección de información:** implica consolidar la información de todos los participantes en la evaluación. Asimismo, implica definir las fuentes evaluadoras, el tipo de evaluación y tipo de formulario, además, incluye revisar el legajo del asesor(a): evaluaciones anteriores y planes de trabajo, avisos de desempeño negativo y positivo, renovaciones anteriores de contrato, cumplimiento de la meta de su capacitación, entre otros puntos que refuercen el desempeño según el periodo evaluado.

**c) Uso del sistema virtual de evaluación del desempeño:** cada evaluador ingresa al sistema donde tendrá detallado los nombres de los colaboradores que tendrá que evaluar. Puede incluir pares, la evaluación de sí mismo o colaboradores a cargo. La evaluación de cada uno de ellos se inicia por las fortalezas y oportunidades de mejora, luego se asigna un puntaje a cada una de las competencias; este puntaje estará acompañado de un comentario que permitirá justificar la nota.



**d) Etapa coordinador:** para los evaluados que tienen una evaluación de fuentes múltiples (evaluaciones 360°), se les asigna un coordinador. Su rol es emitir a través del sistema un comentario objetivo, según lo evaluado por los pares, asesores(as), jefes(as) y la autoevaluación del evaluado. Es importante tener en claro que el coordinador no evalúa, solo actúa como un ente moderador y justo, ya que recaba los inputs sobre el compartimiento del evaluado. En otras palabras, el coordinador no debe tener conocimiento acerca de la labor del evaluado.

**e) Participación del comité de gerencia:** el comité de gerencia tiene como objetivo sustentar la evaluación del desempeño ante otras jefaturas, así como ante el área de RR.HH. y su gerencia. A través del comité, se pueden recoger sugerencias y/o recomendaciones que pueden ser incluidas en la evaluación o que pueden permitir en algunos casos replantear los puntajes. El área de Desarrollo de RR.HH. se encargará de las coordinaciones para la realización de cada comité, consultando con cada gerente, subgerente y/o jefe(a) de área, quienes son las personas idóneas para participar, tomando en cuenta el grado y frecuencia de interrelación que tengan con el colaborador que va a ser evaluado.

**f) Plan de desarrollo:** una vez que se realiza el comité, todos los asesores y asesoras evaluados podrán ingresar a la plataforma nuevamente para ejecutar el plan de desarrollo, tomando en consideración los comentarios del comité, además de las puntuaciones finales.

**g) Retroalimentación a asesores:** luego de haber impreso las evaluaciones, el jefe(a) se reúne con cada asesor o asesora en un ambiente privado y apropiado para poder informarles sobre sus fortalezas, oportunidades de mejora, desempeño en cada una de las competencias evaluadas y plantear los planes de mejora, los cuales deberán ser trabajados de manera conjunta, pues, dependerá del jefe(a) el cumplimiento de los mismos. Tanto el jefe(a) como el asesor(a) deberán firmar el formulario de evaluación del desempeño (con copia para el asesor o asesora) en señal de conformidad y compromiso con el plan de mejora para su propio seguimiento.

**h) Seguimiento de planes de mejora:** el jefe(a) debe reunirse con el asesor o asesora la cantidad de veces que se requiera, de acuerdo con el plan elaborado para confirmar la mejora del desempeño, el cambio de conducta y el aprendizaje hasta ese momento.

Como última parte del proceso, todos los asesores y asesoras evaluados, que obtuvieron una baja puntuación en la primera evaluación, pueden participar de la reevaluación del desempeño. El objetivo principal de este mecanismo es revisar si, a partir de los planes de trabajo, los asesores han mejorado en su rendimiento laboral y recalificarlos.



## Compromisos 2019

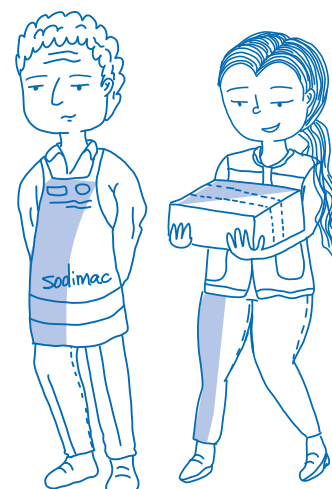
- Medir el desempeño de todos los asesores y asesoras de la compañía independientemente de la unidad de negocio en la que se encuentren.
- Mantener informados a todos los asesores y asesoras acerca del proceso y sus etapas.
- Supervisar que todos los asesores y asesoras reciban el *feedback* oportuno.
- Garantizar un proceso objetivo y transparente.
- Promover el desarrollo de los asesores y asesoras mediante la identificación de sus fortalezas y oportunidades de mejora.

## PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN — TIPO DE CARGO Y SEXO — 2018

CATEGORÍA LABORAL	Horas Mujeres	Horas Hombres	Total horas por categoría
Gerente y subgerente (Oficina de Apoyo y tiendas)	2,275	6,960	9,235
Profesionales y administrativos (Oficina de Apoyo + tiendas excepto Ventas, jefes(as) y asesores(as))	67,692.5	122,814	190,506.5
Otros asesores(as), jefes(as) y asesores(as) de ventas	56,358.5	91,402	147,760.5
<b>TOTAL POR GÉNERO</b>	<b>126,326</b>	<b>221,176</b>	<b>347,502</b>

## EVALUACIONES DEL DESEMPEÑO 2018

CATEGORÍA LABORAL	MASCULINO		FEMENINO	
	Asesores	Porcentaje	Asesoras	Porcentaje
Tienda (Subgerentes, jefes(as) y asesores(as))	2,635	60	1,784	40
Oficina	245	55	204	45
Gerencias	85	79	22	21
<b>TOTAL</b>	<b>2,965</b>	<b>60</b>	<b>2,010</b>	<b>40</b>





## 7.6 Salud y seguridad en el trabajo

(GRI-403 salud y seguridad en el trabajo 103-1, 103-2)  
(GRI 403-2)

Sodimac Perú busca prevenir los riesgos laborales, fomentando una cultura de prevención y manteniendo un sistema de gestión que permita la protección de sus asesores(as), promotores, personal externo y clientes, previniendo los accidentes.

El propósito de la Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo es propiciar la mejora continua con el fin de prevenir daños a la salud, las instalaciones o los procesos en las diferentes actividades ejecutadas o cambios que se presenten, facilitando la identificación de los peligros y la evaluación de riesgos existentes y gestionando las medidas de control.

Contamos con una Política de Salud y Seguridad en el Trabajo, objetivos, metas y un programa anual de actividades. En nuestro programa 2018 se establecieron y ejecutaron las siguientes actividades:

- **Objetivo general 1:** reducir la ocurrencia de accidentes, garantizar las condiciones de seguridad que protejan la vida, la salud y el bienestar de los asesores y asesoras y de aquellos que, no teniendo vínculo laboral, presten servicios o se encuentren dentro del ámbito del centro de labores.

### Acciones:

- Cumplimiento en las capacitaciones, inducciones, entrenamiento al personal nuevo.
- Capacitación al personal propio de prevención.
- Actualizar la matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos.
- Vigilancia médica ocupacional.
- Campañas de prevención (protégete, engánchate a la prevención y apila con prevención).





- **Objetivo general 2:** mejorar la calidad de las investigaciones de accidentes y fomentar una buena investigación de accidentes, nos ayudaría a encontrar las verdaderas causas de estos y por ende, a propiciar una medida correctiva acorde para evitar su repetición.

### Acciones:

- Gestión de la calidad del reporte e investigación de accidentes e incidentes.
- Implementación y seguimiento de las medidas correctivas posaccidentes enfocadas en la jerarquía de control de riesgos (NAC- SCAT).
- Celebrar el Día de la Seguridad y Salud en el Trabajo y realizar la semana de la prevención con capacitaciones durante el día entero en temas de prevención con la participación de los jefes y encargados regionales de las Oficinas de Apoyo.

- **Objetivo general 3:** propiciar la mejora continua con el fin de prevenir daños a la salud, las instalaciones o los procesos, en las diferentes actividades ejecutadas o cambios que se presenten, facilitando la identificación de los peligros y la evaluación de los riesgos existentes y gestionando las medidas de control.

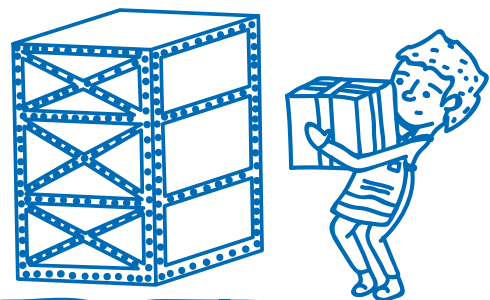
### Acciones:

- Inspecciones y caminatas en cada tienda de acuerdo con el programa.
- Cumplimiento del programa 2018 (P-18) por tienda.
- Existe un proceso formal de revisión del sistema, una vez al año por la Gerencia.

## Compromisos 2019

Para el 2019 se han establecido los siguientes objetivos:

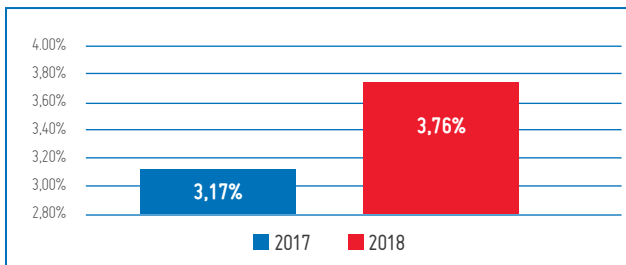
- Cumplimientos de los programas de vigilancia médica.
- Reducir la accidentabilidad.
- Capacitaciones específicas, compromisos e implementación de actividades por la celebración del Día de la SST.
- Propiciar la mejora en la SST gestionando las medidas de control de riesgos.
- Caminatas planeadas a tiendas con la Gerencia de Finanzas y el equipo de Riesgo y Cumplimiento de la Oficina de Apoyo.



### INDICADORES DE SEGURIDAD Y SALUD 2018

	2017	2018
Total de accidentes	183	222
Horas trabajadas	11,345,500	11,587,047
Tasa de accidentabilidad	3.17 %	3.76 %

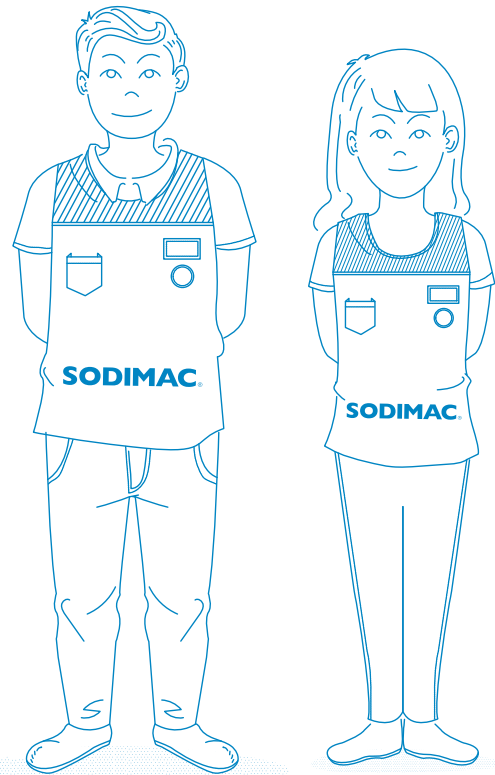
Accidentabilidad 2017 / 2018



### TASA DE DÍAS PERDIDOS

	2017	2018
Días perdidos	983	2345
Horas trabajadas	11,345,500	11,587,047
<b>TOTAL DÍAS PERDIDOS</b>	<b>17.02%</b>	<b>39.90%</b>

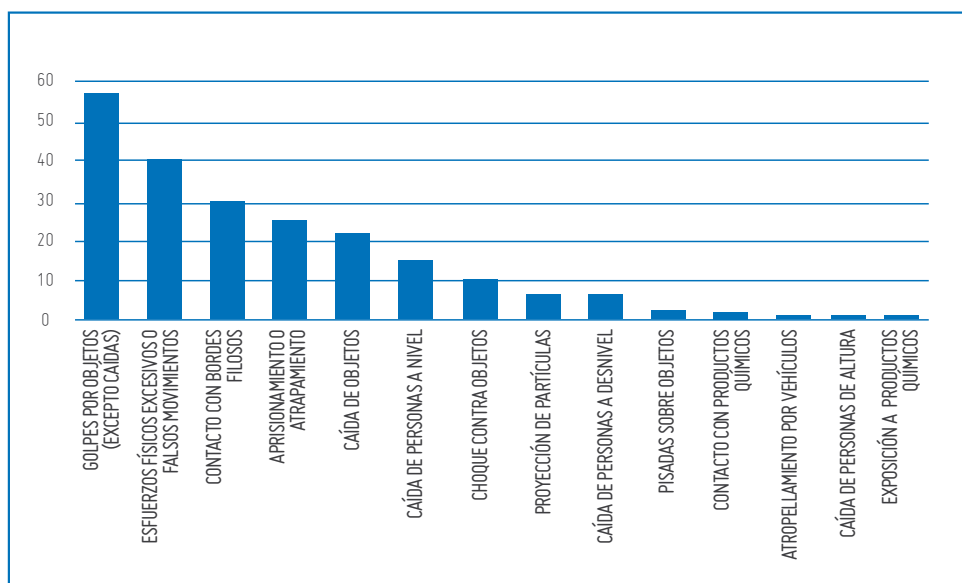
\*Se consideran días perdidos a los días naturales a partir del día siguiente del accidente, de acuerdo al DS 005-2012 Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo.



**CANTIDAD DE ACCIDENTES POR TIPO DE CONTACTO 2018**

Tipo	Total	Femenino	Masculino
Golpes por objetos (excepto caídas)	55	11	44
Esfuerzos físicos excesivos o falsos movimientos	41	9	32
Contacto con bordes filosos	30	6	24
Aprisionamiento o atrapamiento	26	8	18
Caída de objetos	25	11	14
Caída de personas a nivel	15	8	7
Choque contra objetos	11	5	6
Proyección de partículas	5	2	3
Caída de personas a desnivel	4	3	1
Pisadas sobre objetos	4	2	2
Contacto con productos químicos	2	1	1
Atropellamiento por vehículos	1	1	0
Caída de personas en altura	1	0	1
Exposición a productos químicos	1	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>68</b>	<b>153</b>

Accidentes por tipo de contacto





## 8. CLIENTES

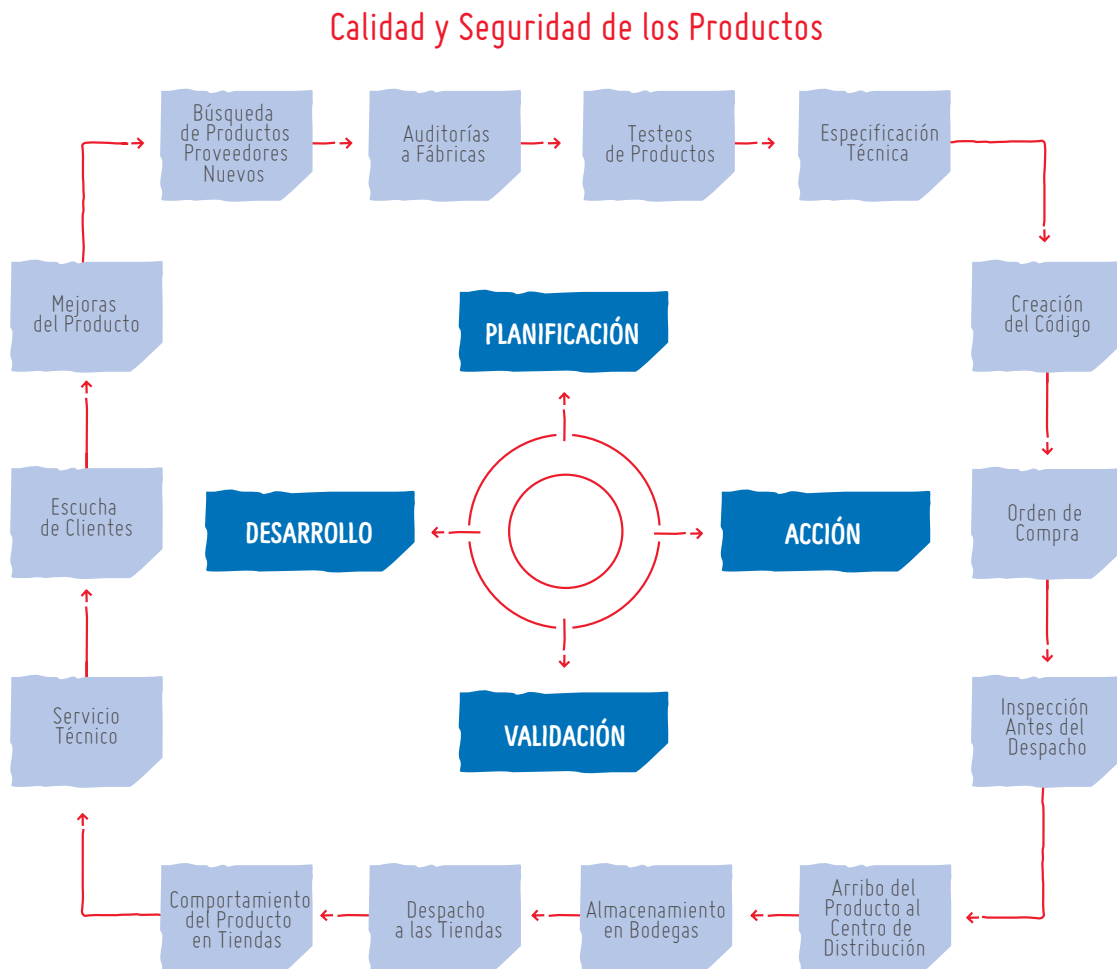


## 8.1 Calidad y seguridad del cliente

(GRI 416-salud y seguridad del cliente 103-1, 103-2, 103-3)  
(GRI 416-1)

Sodimac Perú realiza una gestión de control de calidad de productos desde antes de su incorporación hasta la posventa con un servicio técnico para productos eléctricos y/o combustión, velando por la seguridad y confianza de los clientes, asegurando también el inventario en almacenes y tiendas. La empresa busca cumplir con los estándares nacionales e internacionales definidos para proveedores y productos, trabajando con em-

presas de servicios y entidades especializadas en evaluación, certificación y regulación para asegurar el cumplimiento de los plazos y procedimientos establecidos por la empresa. En el 2018 se buscó profundizar los análisis, testeos, certificaciones y revisión de fábricas de origen de las importaciones efectuadas por Sodimac (China, Vietnam, Ucrania) con el fin de lograr un proceso más fluido y de control.



## Inspecciones internacionales y nacionales

Tras la selección de productos y el contacto con potenciales proveedores extranjeros en ferias internacionales, Sodimac visita sus instalaciones para validar varias características que debe cumplir como su capacidad y solvencia. Luego, somete la mercadería solicitada a estrictos controles de calidad por parte de empresas inspectoras internacionales especializadas. Las inspecciones realizadas a estos proveedores son realizadas con especificaciones técnicas; los componentes y características funcionales de los productos se analizan minuciosamente. Se verifica el producto en su totalidad, examinando que la fabricación se ciña fielmente a las especificaciones solicitadas y cumpla con las exigencias en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

Las inspecciones realizadas en el 2018 fueron 1,636 órdenes de compra que se solicitaron para 4,388 productos diferentes (SKU).

Nos aseguramos que las inspecciones tengan un rango de 50-60 % para las importaciones de origen chino.

## Testeos de productos

Para verificar la seguridad y utilidad de la mercadería, el área de Control de Calidad contrata los servicios de laboratorios nacionales y extranjeros, con especial énfasis en los productos eléctricos y de combustión. Sodimac Perú igualmente incentiva que todos sus proveedores realicen testeos en laboratorios externos para contar con dicho respaldo al momento de agregar un producto a su catálogo.

## Testeos validados en el 2018

A través de nuestro proceso de autogestión, realizamos una revisión y validación documentaria a un listado de CLACOM (una clasificación comercial interna), en el que solicitamos documentación para confirmar las características de la mercadería que comercializamos. Esto nos ayuda a verificar el producto y/o buscar su mejora según lo requiera.

Inicio de medición	1 de enero del 2018
Fin de medición	31 de enero del 2018
CLACOM asignadas (al proceso de V°B° de control de calidad)	365 CLACOM
SKU <sup>1</sup> creados	78,248
SKU con requerimiento de aprobación por control de calidad	2,103
SKU aprobados por control de calidad	2,103
% SKU aprobados vs. SKU creados	2.68 %

(1) SKU: Stock Keeping Unit.



## 8.2 Comercio y marketing responsable

(GRI 417-marketing y etiquetado 103-1, 103-2, 103-3)  
(GRI 417-1) (GRI 417-2)

Sodimac Perú tiene el compromiso de asegurar a los clientes una adecuada disponibilidad, calidad y seguridad de los productos que ofrece, respetando sus derechos, cumpliendo las promesas realizadas y aplicando políticas comerciales justas y transparentes.

La comunicación de marketing de la empresa se basa en la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias, con un enfoque de acuerdo a la sostenibilidad y criterios ajustados a la ética publicitaria, siendo todo ello el fundamento para políticas comerciales y campañas de difusión diferenciadoras.

Somos miembros de la Asociación de Anunciantes del Perú (ANDA), lo que nos obliga a respetar parámetros de ética publicitaria y respetuosa de la Ley N° 29571: Código de Protección y Defensa del Consumidor, cuya autoridad competente es el Indecopi.

### Etiquetado

El cliente requiere estar informado cuando adquiere los productos o servicios que comercializamos, por eso, la información consignada ya sea en las etiquetas de los productos o en los contratos que podamos suscribir es importante para ellos.

En el acuerdo comercial, firmado por el proveedor y Sodimac Perú, se indica acerca del etiquetado del producto, que debe cumplir con lo establecido en las normas técnicas específicas del producto y/o forma general.

### Durante el 2018

- Todos los proveedores firmaron el acuerdo comercial.
- Se hizo una revisión a los productos nuevos creados bajo nuestro proceso de autogestión.
- Se hizo una revisión (auditoría interna) por cumplimiento de rotulado.

### Compromisos 2019

- Ampliar las validaciones de CLACOM en un 5 %.



El etiquetado de los productos requiere de la siguiente información:

1. Se exige que se coloque el país de fabricación, no siendo necesariamente la declaración del país de cada componente del producto.
2. Se indica que se coloque si existe una sustancia relevante que pueda generar algún tipo de impacto ambiental o en la salud del cliente, pero no se tiene especificado alguna relación de sustancias.
3. Se exige que, mediante advertencias, avisos, símbolos o pictogramas, se indique sobre el uso seguro del producto.
4. Se exige que se incluyan las indicaciones sobre la disposición final del producto.

### Incumplimientos relacionados con comunicaciones de marketing

Se presentó un caso de incumplimiento y se pagó la multa respectiva. El detalle en el cuadro siguiente:

Autoridad	Materia	Triplicidad / Infracción	N° de Expediente	N° de Resolución	Multa impuesta	Multa pagada
Indecopi	Protección al consumidor	Infracción al deber de idoneidad, producto defectuoso	1923-2017/ PS3	2069-2018/ CC2	0.50 UIT	2,075.00





Se presentaron siete casos de amonestaciones:

N°	N° de Expediente	Descripción del hecho	Estado
1	1923-2017/PS3	Falta al deber de idoneidad, producto defectuoso	Concluido/ Resolución Final
2	372-2018/PS3	Falta al deber de idoneidad, producto defectuoso	Concluido/ Resolución Final
3	180-2018/PS0-LAL	Falta al deber de idoneidad, producto defectuoso	Concluido/ Resolución Final
4	413-2018/PS3	Falta al deber de idoneidad, venta de un producto sin repuestos/ Infracción al reglamento del Libro de Reclamaciones	Concluido / Resolución Final
5	573-2018/PS3	Falta al deber de idoneidad, producto defectuoso	Concluido / Resolución Final
6	990-2018/PS3	Falta al deber de idoneidad, producto defectuoso	Concluido / Resolución Final
7	1464-2018/PS3	Falta al deber de idoneidad, producto defectuoso	Concluido / Resolución Final

### Experiencia del consumidor, capacidad de reacción y adaptación de oferta

Los siguientes son los reclamos de los clientes que constan en el Libro de Reclamaciones y *online*.

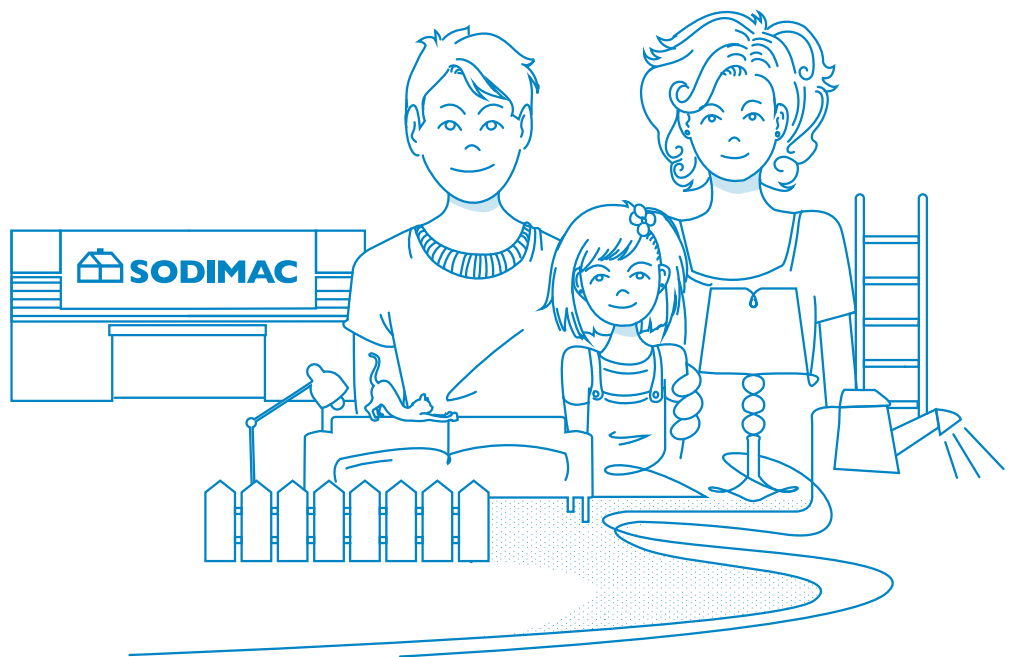
	Libro de Reclamaciones	Online
Sodimac	10,245	547

## 8.3 Privacidad de los clientes

(418 privacidad del cliente 103-1, 103-2, 103-3)  
(GRI 418-1)

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

En el 2018 no se registraron incidentes, reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.





## 9. PROVEEDORES



## Nuestra cadena de suministro

(GRI 204-prácticas de abastecimiento) (GRI 102-9)

(GRI 204-1)

Consideramos que nuestros proveedores son los aliados comerciales esenciales para llevar a cabo la operación. Por esta razón, trabajamos día a día por mantener una comunicación directa basada en el respeto, la integridad, la ética y la transparencia.

Sodimac Perú procura tener una base amplia y estable de proveedores para articular con ellos relaciones que favorezcan una coordinación eficiente, con complementación de capaci-

dades, innovación, producción asegurada y una sensibilidad especial para atender las necesidades de los clientes. En el marco de la política de abastecimiento responsable, cada año Sodimac Perú selecciona en el país y en muchos otros mercados los mejores productos, al mejor precio y con el respaldo de fabricantes de confianza, los que son sometidos a estrictos controles de calidad.

La cadena de suministro de Sodimac Perú se divide en:

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

TIPO DE PROVEEDOR	CANTIDAD DE PROVEEDORES	MONTO ADQUIRIDO
Mercadería nacional	820	1854 MM
Mercadería importada	1055	597 MM
<b>Total</b>	<b>1875</b>	<b>2451 MM</b>

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

“FAMILIAS” A LAS QUE PERTENECEN LOS PROVEEDORES DE MERCADERÍA		
Madera y tableros	Seguridad	Fijaciones
Fierro	Baño	Cerámica
Tabiquería, techumbre y aislación	Iluminación	Cocina
Aglomerados, áridos, aditivos, impermeabilizante de ladrillos	Jardín y terrazas	Línea blanca y electrodomésticos
Ferretería	Menaje	Mascotas
Gasfitería	Aseo	Contratos de telefonía
Electricidad	Textil y papel mural	Herrajería y cerrajería
Puertas y ventanas	Cortinaje	Aire libre
Pintura	Muebles	Organización
Adhesivos y sellantes	Accesorios de automóviles	Instalaciones
Revestimientos		

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

TIPO DE PROVEEDOR	CANTIDAD DE PROVEEDORES	VALOR MONETARIO PAGADO EN EL 2018 (S/)
Economato / Suministro	90	11,131,241
Servicio	73	30,763,891
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>41,895,132</b>

• En el 2018, las compras totales sumaron S/ 1 942,777,557, de los cuales el 76.5 % fue realizado a proveedores locales.

## Evaluación de proveedores

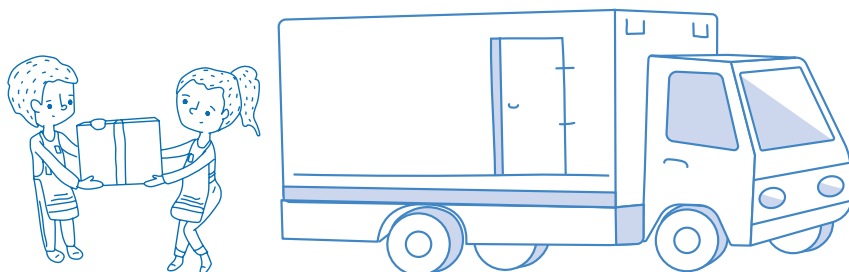
(GRI 308–evaluación ambiental de proveedores 102–1. 102–2)  
(GRI 308–1) (GRI 308–2)  
(GRI 414–evaluación social de proveedores) (GRI 414–1)  
(GRI 414–2)

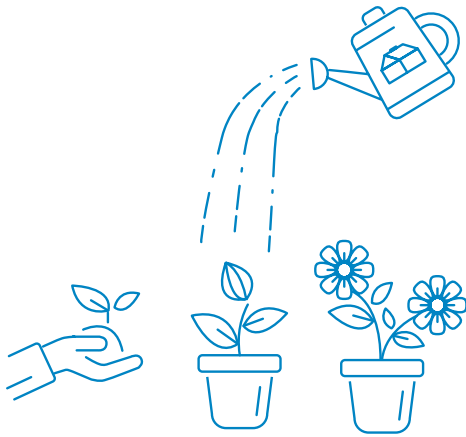
Sodimac se ha hecho miembro de Sedex, una plataforma internacional que permite a los miembros almacenar, compartir y generar informes sobre cuatro áreas clave: **Normativas laborales, Prevención de riesgos laborales, Medioambiente y Ética comercial**, a través de la evaluación a los proveedores que se inscriben en la plataforma.

Esta plataforma emplea la metodología SMETA (siglas en inglés de Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex), procedimiento de auditoría que recopila buenas prácticas en la técnica de auditoría ética. No es un código de conducta, una nueva metodología ni un proceso de certificación.

La metodología SMETA utiliza el código de la Iniciativa de Comercio Ético (ETI, por sus siglas en inglés) y la legislación local como herramienta de medición. Incluye cuatro módulos:

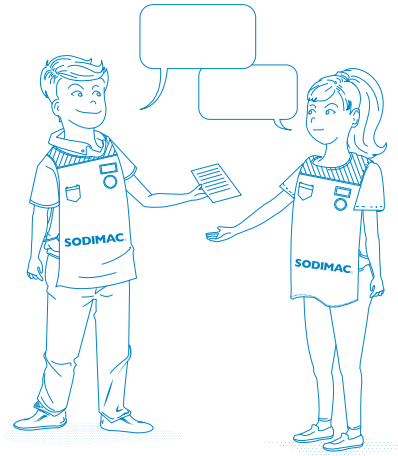
- **Estándares de trabajo:** incluye preguntas sobre los salarios, las horas de trabajo, los niños y los jóvenes empleados, la libertad de asociación, la no discriminación, el trabajo forzado y los derechos humanos.
- **Salud y seguridad:** incluye preguntas sobre gestión, capacitación, seguridad contra incendios, casos de emergencia y salud de los trabajadores.
- **Medioambiente:** incluye preguntas sobre la gestión ambiental, los desechos, las materias primas, el agua, la energía y la contaminación.
- **Ética empresarial:** incluye preguntas sobre el soborno y la corrupción.





Durante el 2018 los **impactos ambientales negativos** en la cadena de suministro y las medidas tomadas fueron los siguientes:

- Proveedores evaluados en relación con los impactos ambientales: 30 proveedores.
- Proveedores identificados como proveedores con impactos ambientales negativos significativos potenciales y reales: un proveedor.
- Impactos ambientales negativos significativos –potenciales y reales– identificados en la cadena de suministro: un impacto.
- Porcentaje de proveedores identificados como proveedores con impactos ambientales negativos significativos –potenciales y reales– con los que se haya acordado mejoras como consecuencia de una evaluación: 3.33 %.
- Porcentaje de proveedores identificados como proveedores con impactos ambientales negativos significativos –potenciales y reales– con los que se haya puesto fin a la relación como consecuencia de la evaluación: ninguno.



Durante el 2018 los **impactos sociales negativos** en la cadena de suministro y las medidas tomadas fueron los siguientes::

- Proveedores evaluados en relación con los impactos sociales: 12 proveedores.
- Proveedores identificados como proveedores con impactos sociales negativos significativos potenciales y reales: dos proveedores.
- Impactos sociales negativos significativos –potenciales y reales– identificados en la cadena de suministro: dos impactos.
- Porcentaje de proveedores identificados como proveedores con impactos sociales negativos significativos –potenciales y reales– con los que se haya acordado mejoras como consecuencia de una evaluación: ninguno.

## Fiscalización proveedores – Directos

La auditoría es una de las herramientas que se establece para realizar la revisión, verificando que se cumplan los requisitos establecidos y los de la norma de referencia según lo establecido en concordancia con nuestras políticas.

Cada año incorporamos un número de proveedores para ser fiscalizados teniendo que renovarse cada tres años.

El proceso de fiscalización que se realiza se divide en dos segmentos:

**I. Segmento de control de calidad de proveedores** basado en la ISO 9001 que se ejecuta a través de la empresa HODELPE, que es una homologadora certificada en las tres normas de gestión (calidad, ambiente y seguridad y salud ocupacional), las cuales realizan la homologación y parte de su reporte tiene los puntos de MASSO (medioambiente y seguridad y salud ocupacional).

**II. Segmento de Sedex**, nos apoyamos en el uso de la plataforma Sedex (la autoevaluación) y la auditoría SMETA (realizada por SGS).

En el 2018 se evaluaron a 18 proveedores como (I segmento) detallado líneas arriba. Asimismo, se evaluaron a 12 proveedores como (II segmento) detallado también líneas arriba, de los cuales ocho fueron a través de la auditoría SMETA y cuatro bajo autoevaluación.

En el caso del Perú trabajamos con proveedores que venden a Sodimac y Maestro. Por ello se repite la cantidad de proveedores.

## Apoyo y desarrollo de pymes

Los proveedores pymes se catalogan como pequeña empresa y microempresa:

- Pequeña empresa: el propietario no necesariamente trabaja en la empresa y el número de trabajadores no excede a 20.
- Microempresa: el propietario labora en la misma y el número de trabajadores no excede a 10.
- En nuestra cartera de mercadería, cerca del 48 % de los proveedores de Sodimac Perú son micro y pequeña empresa.





## 10. COMUNIDAD



# Comunidad

(413-comunidades locales 102-1, 102-2) (GRI 413-1)

## Objetivo de Desarrollo Sostenible vinculado:



1: Fin de la pobreza.



3: Salud y Bienestar.



11: Ciudades y comunidades sostenibles: buscar la mejora y accesos básicos de las comunidades, urbanizaciones y ciudades inclusivas.



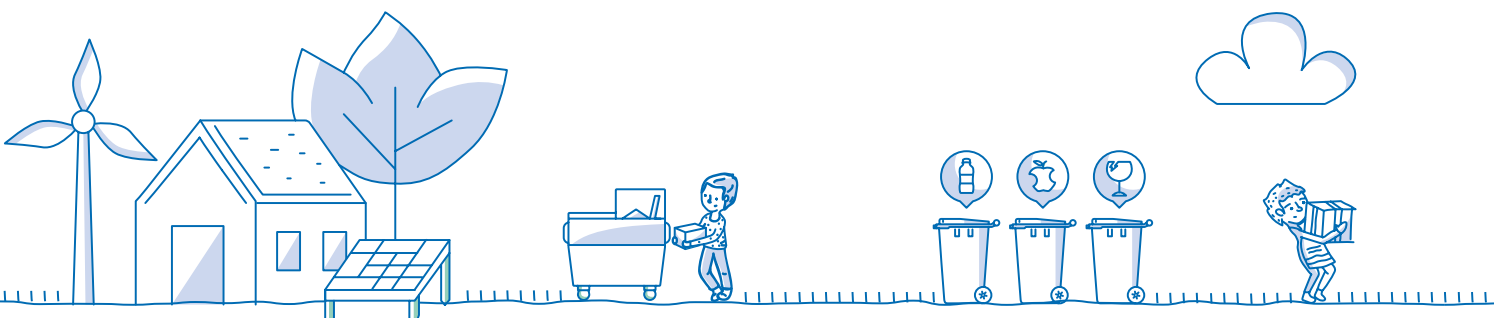
17: Alianza para lograr objetivos.

Buscamos que nuestras acciones impacten positivamente en nuestra comunidad y el mejoramiento de su calidad de vida. Además, apuntamos a construir una relación mutuamente beneficiosa y directa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.

Nuestra estrategia de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad en Sodimac Perú está enfocada en mejorar la calidad de vida y desarrollar las comunidades donde se ubican nuestras tiendas.

Para lograr un aporte considerable involucramos a nuestros asesores y asesoras en campañas sociales, que los motiva a ser buenos ciudadanos y entender la relevancia que tiene para la empresa el bienestar de las personas que son parte del entorno.

Reconocemos que aún hay mucho por aprender, por eso seguimos trabajando en fortalecer capacidades internas para construir relaciones con la comunidad y ofrecer a las personas y empresas mayores posibilidades de éxito y permanencia.



Planteamos una metodología simple como modelo de relacionamiento con la comunidad con el fin de determinar las necesidades de la población beneficiaria:

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

---

  - Analizar y planear los riesgos y oportunidades para el diseño de estrategias, programas y acciones de relacionamiento comunitario.

---

  - Actuar, escuchar y construir junto con la comunidad para establecer compromisos y ejecutar programas y acciones de interés común.
- Evaluar y medir los niveles de impacto y progreso de las iniciativas y acciones de la gestión comunitaria.

---

  - Aprender y mejorar para identificar áreas de oportunidad, mejores prácticas e intercambio de aprendizajes.

---

  - Apoyar iniciativas relacionadas con la salud, educación, desarrollo local, medioambiente y emprendimiento con el objetivo de enfocar mejor nuestros esfuerzos.

Durante el 2018 no se han presentado reclamaciones sobre impactos sociales.



## Club de voluntarios



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

Tenemos como fin no solo ayudar a la comunidad, sino aportar a su desarrollo sostenible e integral, así como potenciar las habilidades de nuestros voluntarios y voluntarias. Parte del beneficio de pertenecer al club de voluntarios es la posibilidad de recibir talleres de liderazgo, comunicación, habilidades sociales, etc. Tenemos más de 1,000 voluntarios(as) activos y preparados para seguir generando sinergia y ayuda a nuestras comunidades.

En el 2018 tuvimos dos visitas a los Colegios Fe y Alegría en las ciudades donde tenemos ubicadas nuestras tiendas. Llevamos nuestros talleres de oficios para padres de familia y la Ruta de la Equidad para los alumnos de secundaria.

Así mismo, tuvimos dos campañas de limpieza de playas: una con Hazla por Tu playa y otra de la mano con el Ministerio del Ambiente.

### Horas de voluntariado

Durante el 2018 registramos más de

**5,258** horas

de voluntariado por parte de nuestros asesores y asesoras de Sodimac Perú. En esta cifra también se incluye a Maestro.

**Realizamos las siguientes actividades:** Visitas a Colegios Fe y Alegría, Construcción de viviendas de emergencia con Techo, Limpieza de Playas, venta de Rifas Fe y Alegría, Eco-tienda y *Ecotrash*.



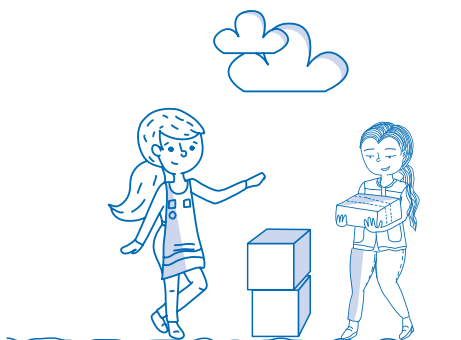




## Construyendo Sueños – TECHO

Nuestra alianza parte desde el año 2012, siendo el objetivo de TECHO y Sodimac superar la situación de pobreza en la que viven miles de peruanos en los asentamientos humanos. Buscamos lograrlo a través de diversas estrategias, tales como talleres de oficio, construcción de viviendas de emergencia, donación del vuelto de clientes, entre otras iniciativas. Desde el 2014, Maestro ha ingresado a formar parte del programa de voluntariado.

En el 2018 se construyeron cinco viviendas en Lima y una en Piura (entre Sodimac y Maestro) y donamos a nombre de nuestros clientes S/ 13 679.32 soles con la campaña “Vuelto Techo”.



## Fe y Alegría

Desde los inicios de Sodimac, parte de nuestros compromisos es el programa de voluntariado con la Asociación Fe y Alegría del Perú, con el cual buscamos aportar mediante donaciones de materiales de construcción y trabajo sostenido de nuestros asesores y asesoras voluntarios en los colegios Fe y Alegría. Este programa tiene como foco principal aportar al desarrollo sostenible de la comunidad e infraestructura, teniendo como eje principal el construir bien, empleando nuestra herramienta más poderosa: la capacitación.

En Sodimac Perú desarrollamos un trabajo de voluntariado en el cual participan todos nuestros asesores y asesoras, con quienes hemos realizado más de 4,000 horas de voluntariado, tanto en Lima como en provincias. Estas actividades son organizadas y realizadas por cada una de las tiendas con el apoyo del comité de Clima y Sostenibilidad. Estas cifras incluyen también a Maestro.

Asimismo, como parte de nuestro compromiso con el mejoramiento de la infraestructura de los colegios más necesitados, donamos más de S/ 120,000.00 que fueron destinados



a la construcción de un aula del colegio Fe y Alegría N° 66 en Huancayo, que finalizará en febrero del 2019. Adicionalmente, donamos tres salones y una escalera.

Cabe señalar que, a finales del año se renovaron dos de los colegios Fe y Alegría que Sodimac apadrinó: en Lima el colegio Fe y Alegría N° 33 Mi Perú, Ventanilla y el colegio Fe y Alegría N° 73 en Paita, Piura; además del colegio Fe y Alegría N° 66 en Huancayo.

## Talleres de oficio: equidad y ecoamigable

En el año 2018 se realizaron a nivel nacional 60 talleres de temas de equidad y diversidad y 17 talleres de oficio sobre el tema Conexiones eléctricas seguras, dirigidos a padres de familia y estudiantes. Se desarrollaron también 25 talleres de manualidades con material reciclado, en los cuales los alumnos elaboraron origamis con papel reciclado.

## WASI

Es un programa de Sodimac Perú que nació en el 2017 con el fin de realizar diferentes acciones para apoyar a aquellas familias que lo perdieron todo a causa del fenómeno del Niño costero.

En el año 2018 se reactivó WASI al sur del distrito de Lomas, provincia de Caravelí, en el departamento de Arequipa a causa de un sismo de 6.8 grados. Sodimac Perú, en coordinación con el Centro de Atención al Ciudadano del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento de Arequipa (CAC), atendieron las necesidades básicas en la emergencia con la entrega de kits de ayuda inmediata para 150 familias.



## Actividades con clientes

### Donación de Vuelto Techo 2018

Se recaudó más de **S/ 13,679** durante los meses de enero a diciembre, los cuales fueron entregados a la ONG Techo, entregándonos el certificado de Donación correspondiente.

### Rifas Fe y Alegría

En cada una de nuestras tiendas se desarrolló la venta de las rifas Fe y Alegría, donde invitamos a todos nuestros clientes a sumarse a esta buena causa, aportando una colaboración por medio de la compra de un boleto. En la campaña de venta de rifas se logró vender 9,287 rifas entre los meses de julio y setiembre, haciendo un total de S/ 37, 148.00.







## 11. MEDIOAMBIENTE





## Objetivo de Desarrollo Sostenible vinculado:



**7:** Energía renovable y no contaminante.



**12:** Producción y consumo responsable: uso eficiente de los recursos, energía y evaluación del ciclo del producto.



**13:** Acción por el clima: tomar medidas para combatir el cambio climático y sus efectos.

## 11.1 Gestión del medioambiente

(GRI 102-11) (GRI 302-energía) (GRI 305-emisiones)  
(GRI306-efluentes y residuos)

Procuramos mitigar los riesgos y eventuales impactos negativos que se deriven de nuestras operaciones y buscamos potenciar sus efectos positivos.

Nuestra Política de Sostenibilidad incluye nuestro compromiso con el medioambiente:

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

Y nuestra Política Ambiental establece acciones desde la generación de nuestros proyectos hasta la operación y cierre de los mismos, con respecto a los siguientes aspectos:

- Respeto a la comunidad, biodiversidad y ecosistema.
- Adaptación al cambio climático y gestión de riesgo de desastres.
- Infraestructura sostenible.

Nuestro principal indicador de evaluación es la medición de la huella de carbono, que realizamos de manera anual.

A través de alianzas, potenciamos nuestros esfuerzos en protección del medioambiente y mitigación de nuestra huella de carbono:

- World Wildlife Fund (WWF Perú).
- Iniciativa HAZla por tu playa promovida por la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA).
- Libélula.
- Ministerio del Ambiente.
- EcoTrash.
- Tierra y Ser.

### Compromisos 2019

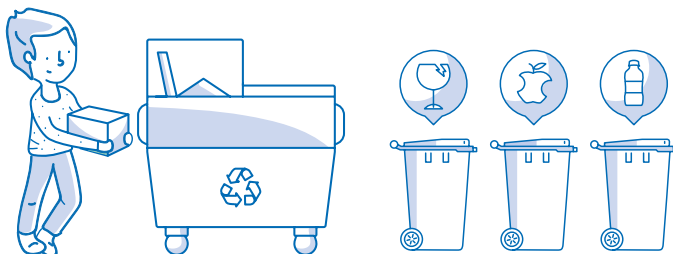
- Asumimos el compromiso de generar conciencia en nuestros clientes alrededor de la importancia en reducir el consumo de bolsas plásticas desechables y reemplazarlas por bolsas de múltiples usos en materiales amigables con el ambiente.

## 11.2 Consumo de energía

(GRI 302-1) (GRI 302-3) (GRI 302-4)

En Sodimac Perú se consume energía:

- **Primaria:** combustible utilizado para el funcionamiento de vehículos, montacargas y grupos electrógenos de emergencia.
- **Indirecta:** energía eléctrica, cuyo origen proviene en su totalidad de la Red del Sistema de Energía Interconectado Nacional. Para el año 2018, la energía eléctrica consumida fue 57.8 % de producción hidráulica, el 37.53 % termoeléctrica (considera gas natural, diésel, residual y carbón), el 2.94 % eólica, el 1.47 % solar, el 0.18 % bagazo y el 0.10 % biogás.<sup>6</sup>



<sup>6</sup> Fuente: [www.coes.org.pe](http://www.coes.org.pe), Informe de la operación anual del SEIN 2018 (<http://www.coes.org.pe/Portal/PostOperacion/Informes/EvaluacionAnual>).

## CONSUMO DE COMBUSTIBLES

Tipo de combustible	2018		2017	
	Consumo en galones	Consumo en Megajoules	Consumo en galones	Consumo en Megajoules
Gas licuado de petróleo (GLP)	84,789.92	688,503.43	101,013.59	820,241.40
Petróleo diésel	6,385.74	11,322,811.53	5,890.00	10,443,795.07
<b>TOTAL</b>		<b>12,011,314.96</b>		<b>11,264,036.47</b>

## CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Ubicación	2018		2017	
	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules	Consumo en kWh	Consumo en MegaJoules
Oficina de Apoyo	225,370	811,332.00	512,092.53	1,843,533.108
Almacén central	3,471,760	12,498,336.00	2,935,627.86	10,568,260.296
Tiendas Sodimac Perú	40,218,240	144,785,664.00	39,569,392.29	142,449,812.244
<b>TOTAL</b>	<b>43,915,370</b>	<b>158,095,332.00</b>	<b>43,017,112.68</b>	<b>154,861,605.648</b>

## INTENSIDAD DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

	2018	2017
kWh/m <sup>2</sup> - año	139	142,753
MegaJoule/m <sup>2</sup> - año	569.06	513.91
m <sup>2</sup>	277,820	301,338.97
kWh	43,915,370	43,017,112.68

Se generaron las siguientes iniciativas de ahorro de energía eléctrica:

- Se mantuvo el sistema de encendido y apagado automático de las luminarias y equipos.
- Se implementó iluminación led en 10 tiendas, en el marco del programa Inspira.
- Participación en la Hora del Planeta, evento mundial impulsado por el World Wide Fund for Nature, a tra-

vés del apagado de Luces a un 50% y el apagado total de las fachadas de nuestras tiendas.

Con estas medidas, la empresa procura hacer un uso eficiente de los recursos y disminuir los impactos medioambientales de su operación, teniendo como objetivo generar conciencia e incentivar prácticas de cuidado ambiental no solo al interior de la empresa, sino entre clientes y comunidad.

## 11.3 Huella de carbono

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

Sodimac Perú mide su huella de carbono desde el año 2014. Durante la medición de la huella de carbono 2018 se tuvo mejoras en la disponibilidad y calidad de la información y se actualizaron factores de emisión y metodologías que generaron un cambio mayor al 5 %, siguiendo los principios de mejora continua. En ese sentido, la información del 2018 cuenta con datos verificables, auditables, certificables y representativos de la actividad desarrollada en las instalaciones, estableciéndose como nuevo año base histórico el 2018, el cual desestima la comparación con cifras de los años anteriores.

Las actualizaciones más significativas son las siguientes:

- **Biomasa:** para el inventario 2018 se ha cuantificado las emisiones de CO<sub>2</sub> provenientes de la combustión de biomasa separadamente, de acuerdo con lo indicado en la ISO 14064-1 sobre las emisiones y remociones de GEI.
- **Actualización de factores de emisión:** siguiendo los principios de relevancia y exactitud de la medición de la huella de carbono, se utilizaron metodologías y factores de emisión más actualizados y acordes con la realidad de la organización. Para el inventario 2018 se actualizaron los factores de emisión para los niveles de actividad relacionados al consumo de combustible en vehículos, maquinarias, electricidad, agua, viajes aéreos, papel y residuos.
- **Mejora de la recopilación de información:** para el inventario 2018 se contó con mejor información para electricidad y agua, lo cual ha permitido calcular un consumo más real y disminuir la incertidumbre.



Los resultados de las **emisiones totales de gases de efecto invernadero (GEI) de Sodimac Perú** en el año 2018 se resumen, de manera desagregada, en el siguiente cuadro:

<b>INVENTARIO DE GEI DE SODIMAC PERÚ AÑO 2018 (POR ALCANCES, EN TCO2 EQUIVALENTE Y PORCENTAJES)</b>		
<b>2018</b>		
<b>Alcances</b>	<b>t CO<sub>2</sub> eq</b>	<b>% del total</b>
<b>Alcance 1: Emisiones directas</b>	<b>2,629.62</b>	<b>15.91 %</b>
Transporte de almacén a tienda	1,758.81	10.64 %
Montacargas - GLP	521.62	3.16 %
Generadores eléctricos	61.98	0.38 %
Aire acondicionado	286.06	1.73 %
Extintores	1.15	0.01 %
<b>Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad</b>	<b>7,426.21</b>	<b>44.94 %</b>
Consumo de electricidad	7,426.21	44.94 %
<b>Alcance 3: Emisiones indirectas</b>	<b>6,467.94</b>	<b>39.14 %</b>
Pérdida de electricidad y transporte	1,109.90	6.72 %
Desplazamiento del personal al trabajo	1,860.20	11.26 %
Taxis	53.81	0.33 %
Generación de residuos	2,811.00	17.01 %
Papel	102.59	0.62 %
Consumo de agua	45.69	0.28 %
Viajes en avión	483.52	2.93 %
Viajes terrestres	1.22	0.01 %
<b>Total huella de carbono</b>	<b>16,523.76</b>	<b>100.00%</b>
<b>Total huella de carbono</b>	<b>16,523.76</b>	<b>100.00%</b>
<b>Huella de carbono per cápita</b>	<b>2.81</b>	
<b>Huella de carbono por m<sup>2</sup></b>	<b>0.05</b>	
<b>Huella de carbono por 1000 transacción</b>	<b>1.33</b>	

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

Los gases identificados para la elaboración del inventario de GEI han sido CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O y HFCs. Los potenciales de calentamiento utilizados para presentar las emisiones en unidades de CO<sub>2</sub>eq provienen de los valores más actualizados del informe IPCC Fifth Assessment Report del 2014, para 100 años de permanencia en la atmósfera como indica la norma ISO 14064-1.

El inventario de GEI del 2018 contabiliza las **emisiones por un total de 16,523.76 tCO<sub>2</sub>eq**, de estas, el 44.94 %

pertenece al Alcance 2, el 39.14 % proviene de las emisiones del Alcance 3 y el 15.91 % corresponde al Alcance 1. Cabe mencionar que a pesar de que la ISO 14064-1 mide únicamente los siete GEI contemplados en el Protocolo de Kioto. De manera adicional y complementaria, se han calculado **las emisiones de GEI no Kioto y las emisiones por quema de biomasa, juntas representan 959.01 tCO<sub>2</sub>eq extras a la HC**, tal como se muestra en el cuadro siguiente:

OTRAS EMISIONES DE GEI DE SODIMAC PERÚ AÑO 2018		
Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del total
Emisiones de GEI no Kioto: Gas R-22	494.56	52.06 %
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	93.80	9.87 %
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	361.65	38.07 %
<b>Total de emisiones GEI</b>	<b>950.01</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

El inventario de GEI (HC) del 2018 del total de **Tiendas Sodimac Perú** contabiliza las emisiones por un total de 12,874.45 tCO<sub>2</sub>eq, de estas el 52.83 % pertenece al Alcance 2, el 41.07 % proviene de las emisiones del Alcance 3, y el 6.11 % corresponde al Alcance 1. Del total de emisiones de GEI, las tres principales fuentes de emisión son, en primer lugar, el consumo de electricidad con el 52.83 % (6,801.01 tCO<sub>2</sub>eq), seguidas de las emisiones generadas por la generación de residuos con 21.61 % (2,782.14 tCO<sub>2</sub>eq) y por último, el desplazamiento del personal al trabajo con 10.61 % (1,365.90 tCO<sub>2</sub>eq).



A continuación, se muestra el cuadro de las emisiones totales de GEI en el 2018 expresadas en tCO<sub>2</sub>eq.

<b>INVENTARIO DE GEI DE TIENDAS SODIMAC PERÚ AÑO 2018 (POR ALCANCES, EN TCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE Y PORCENTAJES)</b>		
<b>Alcances</b>	<b>t CO<sub>2</sub> eq</b>	<b>% del total</b>
<b>Alcance 1: Emisiones directas</b>	<b>786.47</b>	<b>6.11%</b>
Transporte de almacén a tienda	0	0.00 %
Montacargas	485.89	3.77%
Generadores eléctricos	53.08	0.41 %
Aire acondicionado	246.36	1.91 %
Extintores	1.13	0.01 %
<b>Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad</b>	<b>6,801.01</b>	<b>52.83 %</b>
Consumo de electricidad	6,801.01	52.83 %
<b>Alcance 3: Emisiones indirectas</b>	<b>5,286.98</b>	<b>41.07 %</b>
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	1,016.45	7.90 %
Desplazamiento del personal al trabajo	1,365.9	10.61 %
Taxis	0	0.00 %
Generación de residuos	2,782.14	21.61 %
Papel	78.31	0.61 %
Consumo de agua	43.25	0.34 %
Viajes en avión	0	0.00 %
Viajes terrestres	0.87	0.01 %
<b>Total huella de carbono</b>	<b>12,874.46</b>	<b>100.00 %</b>
<b>Huella de carbono per cápita</b>	<b>70.8</b>	
<b>Huella de carbono por m<sup>2</sup></b>	<b>1.29</b>	
<b>Huella de carbono por 1000 trx</b>	<b>32.39</b>	

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

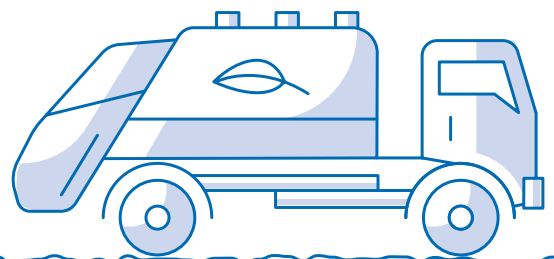
Cabe mencionar que a pesar de que la ISO 14064-1 mide únicamente los siete GEI contemplados en el Protocolo de Kioto, de manera adicional y complementaria, se ha calculado las emisiones de GEI no Kioto y las emisiones por quema de biomasa, juntas representan 781.86 tCO<sub>2</sub>eq adicionales a la HC y así hemos procedido con todos los demás inventarios.

OTRAS EMISIONES DE GEI DE TIENDAS SODIMAC PERÚ AÑO 2018		
Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del total
Emisiones de GEI no-Kioto: Gas R-22	475.20	60.78%
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por quema de Biomasa	2.78	0.36%
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> por quema de Biomasa	303.88	38.87%
<b>Total de emisiones GEI</b>	<b>781.86</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

El inventario de GEI (HC) del 2018 del **Almacén de Sodimac Perú** contabiliza las emisiones por un total de 2,770.55 tCO<sub>2</sub>eq, de estas, el 65.47 % pertenece al Alcance 1, el 21.19 % proviene de las emisiones del Alcance 2 y el 13.34% corresponde al Alcance 3.

Del total de emisiones de GEI, las dos principales fuentes de emisión son, en primer lugar, el transporte de almacén a tienda, con el 63.48 % (1,758.81 tCO<sub>2</sub>eq), seguidas de las emisiones generadas por el consumo de electricidad con el 21.19% (587.08 tCO<sub>2</sub>eq).





## INVENTARIO DE GEI DEL ALMACÉN DE SODIMAC PERÚ AÑO 2018 (POR ALCANCES, EN T CO<sub>2</sub> EQUIVALENTE Y PORCENTAJES)

Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del total
<b>Alcance 1: Emisiones directas</b>	<b>1,813.89</b>	<b>65.47 %</b>
Transporte de almacén a tienda	1,758.81	63.48 %
Montacargas	35.72	1.29 %
Generadores eléctricos	8.91	0.32 %
Aire acondicionado	10.44	0.38 %
Extintores	-	0.00 %
<b>Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad</b>	<b>587.08</b>	<b>21.19 %</b>
Consumo de electricidad	587.08	21.19 %
<b>Alcance 3: Emisiones indirectas</b>	<b>369.58</b>	<b>13.34 %</b>
Pérdida de electricidad y transporte	87.74	3.17 %
Desplazamiento del personal al trabajo	242.47	8.75 %
Taxis	-	0.00 %
Generación de residuos	28.86	1.04 %
Papel	9.45	0.34 %
Consumo de agua	1.05	0.04 %
Viajes en avión	-	0.00 %
Viajes terrestres	-	0.00 %
<b>Total huella de carbono</b>	<b>2,770.55</b>	<b>100.00 %</b>
<b>Huella de carbono per cápita</b>	<b>6.25</b>	
<b>Huella de carbono por m<sub>2</sub></b>	<b>0.22</b>	

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

## OTRAS EMISIONES DE GEI DEL ALMACÉN DE SODIMAC PERÚ AÑO 2018

Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del total
Emisiones de GEI no Kioto: Gas R-22	7.04	5.31 %
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	91.02	68.68 %
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	34.47	26.01 %
<b>Total de emisiones GEI</b>	<b>132.53</b>	<b>100.00 %</b>

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

**OTRAS EMISIONES DE GEI DEL ALMACÉN DE SODIMAC PERÚ AÑO 2018**

Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del Total
Emisiones de GEI no Kioto: Gas R-22	7.04	5.31 %
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	91.02	68.68 %
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	34.47	26.01 %
<b>Total de emisiones GEI</b>	<b>132.53</b>	<b>100.00 %</b>

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

El inventario de GEI del 2018 de la **Oficina de Apoyo de Sodimac Perú** contabiliza las emisiones por un total de 879.57 tCO<sub>2</sub>eq, de estas, el 92.33 % pertenece al Alcance 3, el 4.34 % proviene de las emisiones del Alcance 2, y el 3.33 % corresponde al Alcance 1. Del total de emisiones de GEI, las dos principales fuentes de emisión son, en primer lugar, los viajes en avión con el 55.04 % (483.52 tCO<sub>2</sub>eq), seguidas de las emisiones del desplazamiento del personal al trabajo con el 28.66 % (251.83 tCO<sub>2</sub>eq).



## INVENTARIO DE GEI DE LA OFICINA DE APOYO SODIMAC PERÚ AÑO 2018 (POR ALCANCES, EN T CO<sub>2</sub> EQUIVALENTE Y PORCENTAJES)

Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del total
<b>Alcance 1: Emisiones directas</b>	<b>29.27</b>	<b>3.33 %</b>
Transporte de almacén a tienda	0.00	0.00 %
Montacargas - GLP	0.00	0.00 %
Generadores eléctricos	0.00	0.00 %
Aire acondicionado	29.23	3.33 %
Extintores	0.04	0.00 %
<b>Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad</b>	<b>38.11</b>	<b>4.34 %</b>
Consumo de electricidad	38.11	4.34 %
<b>Alcance 3: Emisiones indirectas</b>	<b>811.19</b>	<b>92.33 %</b>
Pérdida de electricidad y transporte	5.70	0.65 %
Desplazamiento del personal al trabajo	251.83	28.66 %
Taxis	53.81	6.12 %
Generación de residuos	0.00	0.00 %
Papel	14.79	1.68 %
Consumo de agua	1.37	0.16 %
Viajes en avión	483.52	55.04 %
Viajes terrestres	0.17	0.02 %
<b>Total huella de carbono</b>	<b>878.57</b>	<b>100.00 %</b>
<b>Huella de carbono per cápita</b>	<b>1.62</b>	
<b>Huella de carbono por m<sub>2</sub></b>	<b>0.12</b>	

Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

## OTRAS EMISIONES DE GEI DE OFICINA DE APOYO SODIMAC PERÚ AÑO 2018

Alcances	t CO <sub>2</sub> eq	% del total
Emisiones de GEI no Kioto: Gas R-22	12.32	34.59%
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	-	0.00%
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> por quema de biomasa	23.29	65.41%
<b>Total de emisiones GEI</b>	<b>35.61</b>	<b>100.00%</b>

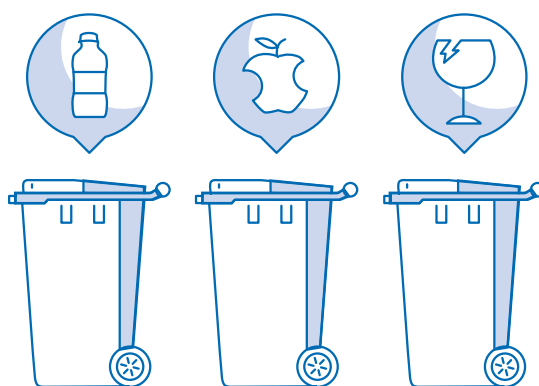
Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2019

## 11.4 Residuos sólidos

(GRI 306-2)

Sodimac Perú impulsa una política de recuperación y reciclaje de una amplia variedad de materiales de desecho, tanto propios como generados por la comunidad. Sus acciones en este ámbito involucran la correcta disposición de los residuos a través de programas diseñados expresamente para tal efecto e incluyen el seguimiento al almacenamiento, traslado y su disposición final en cada una de nuestras sedes, de la mano con nuestros proveedores.

Los métodos de eliminación usados en el 2018 fueron principalmente la reutilización, reciclaje y, en menor proporción, el vertedero.



### Residuos sólidos no peligrosos dispuestos:

Residuo sólido (kg)	2016	2017	2018	
Papel / Cartón	1,356.02	6,347	1,401	Reutilización o reciclaje
Plástico		509	293	
Vidrio		3	0	
Tetrapack		20	0	
Madera	98.12	0	195	
Residuos diversos			1,247	Vertedero
<b>TOTAL</b>	<b>1,454.14</b>	<b>6,879</b>	<b>3,136</b>	

No se generaron ni se hizo disposición de residuos peligrosos.

## HAZla por tu playa

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

## Ecotienda

Es una iniciativa que permite el intercambio de productos de temporada por desperdicios recolectados de la playa, sobre la base de un sistema de puntajes. De esta manera, los bañistas podrán llevarse productos de la empresa de acuerdo con la suma de los puntos acumulados. El objetivo es crear conciencia en los ciudadanos acerca de la preservación de playas y el cuidado del medioambiente. Se busca que las personas tomen conciencia sobre el mal estado de las playas y que sea un punto de partida para cambiar malos hábitos y cuidar el medioambiente.

En el 2018, esta campaña logró recolectar, en solo once fechas:

- Material reciclable: 1 077.5 Kg
- Materia no reciclable: 1 052.5 kg.
- Personas contactadas: 2636.

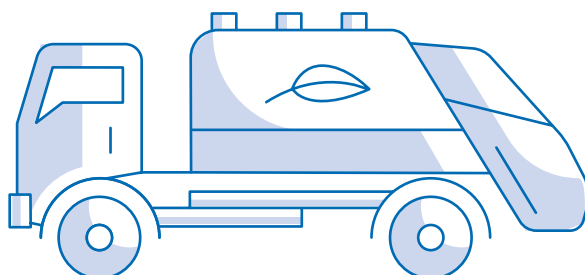
Para el año 2019, la Ecotienda se extenderá a provincias, específicamente a Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Piura.

## Eco Trash

Sistema de incentivos que promueven el reciclaje y propicia el cambio de hábitos de consumo en los individuos de manera efectiva impulsando una economía verde e inclusiva.

## E-corporativos

Es el programa que incentiva a que las empresas implementen un sistema de limpieza y reciclaje inclusivo. Todas las empresas tienen una gran oportunidad de responsabilizarse mejor por su huella ambiental y cerrar negocios con clientes interesados en canjear sus puntos EcoTrash por descuentos o premios.



# 12. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016			
<b>Contenidos generales</b>			
<b>1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1 Nombre de la organización	11	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	11	
	102-3 Ubicación de la sede	12	
	102-4 Ubicación de las operaciones	11, 12	
	102-5 Propiedad y forma jurídica	11	
	102-6 Mercados servidos	12	
	102-7 Tamaño de la organización:		
	i) número de empleados	13	
	ii) número de operaciones	13	
	iii) ventas netas (para organizaciones del sector privado) o los ingresos netos (para las organizaciones del sector público)	13	
	iv) capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para organizaciones del sector privado)	13	
	v) cantidad de productos o servicios proporcionados o prestados	13	
	102-8 Información sobre empleados y otros colaboradores:		
	i) Número de empleados, por contrato laboral (permanente o temporal) y sexo	60 a 61	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos generales 2016	ii) Número de empleados, por contrato laboral (permanente o temporal) y por región	60 a 61	
	iii) Número de empleados, por tipo de contrato laboral (jornada completa o media jornada) y sexo		
	iv) Si una parte significativa de las actividades de la organización la llevan a cabo colaboradores que no sean empleados. Se debe incluir, si procede, una descripción de la naturaleza y la magnitud del trabajo realizado por los colaboradores que no sean empleados.		
	v) Cualquier variación significativa de las cifras presentadas en los Contenidos 102-8-a, 102-8-b o 102-8-c		
	vi) Una explicación de cómo se han recopilado los datos, incluidas las suposiciones que se han hecho		
	102-9 Descripción de la cadena de suministro de la organización, incluidos los elementos principales relacionados con las actividades, marcas principales, productos y servicios de la organización	104, 105	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro:	En el año 2018 no se tuvieron cambios	
	i) los cambios en las operaciones o en su ubicación, incluidos aperturas, cierres y expansiones de instalaciones;		
	ii) los cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración del capital (para organizaciones del sector privado);		
	iii) los cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o las relaciones con los proveedores, incluidos la selección y el despido	117	
	102-11 Principio o enfoque de precaución	117	
	102-12 Iniciativas externas Lista de estatutos, principios y otros documentos de carácter económico, ambiental y social, desarrollados externamente y a los que la organización esté suscrita o respalde	13, 14, 15	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	102-13 Afiliación a asociaciones Lista de las principales afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones y las organizaciones de defensa de intereses a nivel nacional o internacional	15	
<b>2. ESTRATEGIA</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones (carta que va al inicio)	6, 7, 8	
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	24 a 26	
<b>3. ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	29 a 32	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	37 a 42	
<b>4. GOBERNANZA</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-18 a) La estructura de gobernanza de la organización, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno	20, 21, 22	
	b) Los comités responsables de la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales.		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	21	
	102-22 Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	18, 19	
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	18	
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	18	
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	24 a 26	
	102-35 Políticas de remuneración	22, 23	



Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
<b>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-40 Lista de los grupos de interés	49	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	No se cuenta con sindicatos	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	49	
	102-43 Enfoque de la participación de los grupos de interés	50 a 54	
	102-44 Temas y preocupaciones claves mencionados	50 a 54	
<b>6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b>			
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	9	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	57	
	a) Explicación del proceso para definir los contenidos del informe y las coberturas de los temas		
	b) Explicación de cómo ha aplicado la organización los Principios para definir los contenidos del informe		
	102-47 Lista de temas materiales	58	
	102-48 Reexpresión de la información	No se presenta reexpresión de la información	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes: cambios significativos con respecto a los periodos objeto del informe anterior en la lista de temas materiales y coberturas de los temas	No se presentaron cambios	
	102-50 Periodo objeto del informe	9	
	102-51 Fecha del último reporte (si procede)	9	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	9	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	9	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	9	
	102-55 Índice de contenidos GRI	130 a 139	
102-56 Verificación externa	9		

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
<b>Temas Materiales</b>			
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: ECONÓMICO</b>			
	<b>Desempeño económico</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	45	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	45	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	46	
	<b>Presencia en el mercado</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	76 a 78	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76 a 78	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	83	
	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	78	
	<b>Prácticas de abastecimiento</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	104, 105	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	104, 105	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	105	
	<b>Anticorrupción</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	35	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	36	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	36	No se contó con información disponible sobre el Directorio
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	36	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	<b>Competencia desleal</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	36 a 37	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36 a 37	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	37	
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL</b>			
	<b>Energía</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	117	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	117	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	118, 119	
	302-3 Intensidad energética	118, 119	
	302-4 Reducción del consumo energético	118, 119	
	<b>Emisiones</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	117	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	117 y 120	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	120 a 127	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	120 a 127	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	120 a 127	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	120 a 127	
	<b>Efluentes y residuos</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	117	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	117	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y métodos de eliminación	128	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	<b>Cumplimiento regulatorio</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	43	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 307: Cumplimiento regulatorio 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	43	
	<b>Evaluación ambiental de los proveedores</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	106 y 108	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	106 y 108	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27 y 108	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 <b>Nuevos proveedores</b> que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	108	
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	107	
<b>ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL</b>			
	<b>Empleo</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	62, 63	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	56, 62, 63	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27, 73 a 75	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	63, 64	
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	65 a 73	
	<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	92 a 93	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	92 a 93	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	94 a 95	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	<b>Formación y enseñanza</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	84 a 91	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	84 a 91	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	91	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	91	
	<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	79 a 81	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	79 a 81	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	82	
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	83	
	<b>No discriminación</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	33	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	33	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	40 a 42	
	<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	33 a 34	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	33 a 34	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
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	22, 29	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>Comunidad locales</b>		
	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	110 a 115	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	110 a 115	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	112 a 115	
	<b>Evaluación social de los proveedores</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	106 y 108	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	106 y 108	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	108	
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	107	
	<b>Política pública</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	43	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 415 Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	43	
	<b>Salud y seguridad de los clientes</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	97 a 98	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	97 a 98	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
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	98	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	<b>Marketing y etiquetado</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	99	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	99	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	100	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	100, 101	
	<b>Privacidad del cliente</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	102	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	102	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	102	
	<b>Cumplimiento socioeconómico</b>		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	43	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	43	



