Reporte de Sostenibilidad

SODIMAC

2023

Sobre este informe

(2-2; 2-3)

En este 17° Reporte de Sostenibilidad, Sodimac Chile da cuenta de su gestión económica, social y ambiental en el período desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2023 (reportes anteriores en https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/content/reportes-de-sostenibilidad). Se excluye la gestión de la filial Imperial S.A. en Chile y las unidades de negocio en otros países, que publican sus propios reportes de sostenibilidad, disponibles en las páginas web correspondientes.

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

El documento se elaboró conforme a la opción Esencial de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Este reporte no fue verificado externamente de manera excepcional, a diferencia de la práctica de verificación constante de los reportes anteriores, lo que se explica por la restricción de recursos en el contexto de difícil desempeño económico.

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Marcela Erazo P.
Coordinadora de Sostenibilidad
E-mail: merazo@sodimac.cl

SODIMAC®

(2-1)

Sodimac S.A.
Rut: 96.792.430-k
Dirección: Avda. Presidente Riesco 5685, piso 14, Las Condes, Santiago, Chile.
www.sodimac.com

Coordinación y edición de contenidos:
Marcela Erazo P.

Redacción:
Transparentia Consultores

Diseño:
Espacio Vital

Fotografías:
Archivo Sodimac

Índice

05 Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

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

15 Crecimiento Responsable en Chile
- 16 Estrategia de Sodimac
- 18 Compromiso con la sostenibilidad
- 27 Relacionamiento con grupos de interés
- 29 Nuestras alianzas
- 30 Gestión de la sostenibilidad
- 33 Principales premios y reconocimientos 2023

34 Gobierno Corporativo y Ética Empresarial
- 36 Liderazgo en Sodimac
- 42 Ética y derechos humanos
- 45 Gestión de riesgos y cumplimiento

49 Nuestros Trabajadores
- 51 Gestión de talento y desarrollo integral
- 54 Cultura, clima laboral y calidad de vida
- 58 Diversidad, equidad e inclusión
- 61 Prevención y seguridad
- 63 Relación con sindicatos
- 64 Subcontratación en Sodimac

65 Nuestros Proveedores
- 67 Gestión sostenible de la cadena de suministro
- 70 Calidad y seguridad de productos
- 72 Innovación y apoyo al ecosistema emprendedor

73 Nuestros Clientes
- 75 Experiencia de compra
- 78 Escuchando a los clientes
- 80 Comercio y marketing responsable
- 82 Educación y consumo responsable

84 Compromiso con el Medioambiente
- 86 Acción climática
- 88 Ecoeficiencia operacional
- 90 Cumplimiento y gestión de residuos
- 95 Promoviendo la sustentabilidad

97 Compromiso con la Comunidad
- 99 Sodimac y las comunidades locales
- 99 Gestión territorial
- 102 Nuestras alianzas sociales

104 Anexos
- 105 Desarrollo Económico
- 108 Dotación Sodimac Chile
- 112 Inventario de Emisiones de GEI
- 114 Índice GRI
- 118 Cuestionario de Retroalimentación
- 119 Glosario

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

(2-22)

"Fue un año especialmente complejo para nuestro rubro, tanto por la desaceleración económica, desempleo e inflación que afecta a los hogares, como por la profunda crisis que está viviendo el sector de la construcción, que pasa por uno de los períodos más difíciles de su historia. Esto nos exigió ser más innovadores y aumentar la eficiencia de la operación, pero, aun así, siempre mantuvimos la convicción y determinación de seguir integrando el enfoque de sostenibilidad en todas nuestras decisiones".

Tenemos el agrado de compartir con ustedes este 17° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta de los esfuerzos en materia económica, social, ambiental y gobernanza en 2023 para continuar desarrollándonos con responsabilidad y generar valor para nuestro entorno.

Fue un año especialmente complejo para nuestro rubro, tanto por la desaceleración económica, desempleo e inflación que afecta a los hogares, como por la profunda crisis que está viviendo el sector de la construcción, que pasa por uno de los períodos más difíciles de su historia. Esto nos exigió ser más innovadores y aumentar la eficiencia de la operación, pero, aun así, siempre mantuvimos la convicción y determinación de seguir integrando el enfoque de sostenibilidad en todas nuestras decisiones.

En este contexto especialmente complejo, nos tuvimos que enfocar prioritariamente en nuestro desempeño económico, pero mantuvimos nuestra política y todos los programas relacionados a gestionar adecuadamente nuestros impactos medioambientales, sociales y de gobernanza. Buscamos además contribuir a la reactivación del país mediante la campaña "Volvamos a Construir" en la que, junto a nuestros proveedores, rebajamos y congelamos los precios de más de 1.000 productos diferentes de la construcción y el mejoramiento del hogar. La medida buscó ayudar a que los profesionales de la construcción (maestros especialistas, pymes y firmas de mayor tamaño) y los clientes hogar retomaran sus proyectos, además de contribuir a reactivar este sector clave de la economía.

Abrimos la primera tienda en Maitencillo y construimos un segundo local en Puerto Montt para servir a la zona norte de la ciudad, el que se inauguró en enero de 2024. Remodelamos y ampliamos otras tiendas, acercando la marca a más familias y especialistas, buscando siempre entregar a los clientes la mejor experiencia y brindarles espacios de inspiración para hacer realidad sus sueños y proyectos de hogar.

A nivel interno, implementamos medidas de eficiencia para operar con menores gastos, pero priorizando la experiencia de los clientes. Procuramos garantizar un abastecimiento oportuno en las tiendas, maximizar la rentabilidad de las superficies y agilizar los tiempos de despacho online para satisfacer sus necesidades. Fortalecimos el servicio de despacho para el mismo día, logrando mejoras en los niveles de servicio de más del 10% con respecto al año anterior, así como un aumento del 11% en las velocidades de entrega a domicilio. Al cierre del año, el 45% de los despachos se realizaba en menos de 24 horas y el 61%, en un plazo menor a 48 horas. La postventa, en tanto, registró una mejora significativa en la tasa de reclamos, con una disminución de 15% en comparación con 2022 y más del 60% respecto a 2021. Este avance se atribuye principalmente a la efectividad de los planes destinados a mejorar los niveles de servicio en la entrega de productos, ya sea mediante despacho a domicilio o retiro en tienda. Todo lo anterior, se tradujo en un importante esfuerzo de inversiones, que alcanzaron $33 mil millones en el año.

Eduardo Mizón
Gerente General
Sodimac Chile

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

"Entendemos que contar con un buen gobierno corporativo, de acuerdo con estándares internacionales, es condición fundamental para una gestión eficaz y un desarrollo responsable y sostenible".

Entendemos que contar con un buen gobierno corporativo, de acuerdo con estándares internacionales, es condición fundamental para evitar la corrupción y tener una gestión eficaz, como también un desarrollo responsable y sostenible. Por ello, seguimos fortaleciendo nuestro Sistema de Integridad Corporativo e intensificamos los esfuerzos en formación interna, destacando programas como "Mi Cliente", "Libre Competencia", "Medioambiente", "Derechos Humanos" y "Datos Personales". Además, estamos trabajando en actualizar el Modelo de Prevención del Delito conforme a las nuevas exigencias de la Ley 21.595 sobre Delitos Económicos, lo que significa un trabajo de nueve meses que considera el diagnóstico y levantamiento de información, incluyendo entrevistas con las áreas más expuestas y evaluaciones de riesgo, tarea que concluirá este 2024.

Asimismo, llevamos a cabo un segundo proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos y Empresa, que culminará también en una mejora y actualización de la matriz de riesgos. El programa de Debida Diligencia de Sodimac para el respeto a los derechos humanos de sus grupos de interés fue destacado por Pacto Global Chile a través de sus Reconocimientos Empresariales Conecta 2023, que resalta iniciativas del sector privado que tienen un impacto positivo en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Pacto Global valoró que se trate de una política pública y transparente desarrollada de manera constante desde el año 2016. Destacó, a su vez, que la empresa tenga procesos internos de Debida Diligencia con estándares de la OCDE y ONU, incorporados en sus procesos y matrices, para prevenir riesgos y resolver oportunamente situaciones que se pudieran presentar. Esto nos incentiva a seguir profundizando los esfuerzos en esa línea.

Sodimac está comprometida con el desarrollo integral de sus trabajadores. Buscamos fortalecer sus habilidades y competencias, generando una cultura de aprendizaje continuo, lo que se tradujo en 467.131 horas de capacitación durante el año en beneficio de 12.066 personas. El cuidado de los trabajadores fue prioritario, para lo cual desarrollamos distintas acciones para su bienestar integral. Lo anterior consideró programas para incentivar el autocuidado y salud mental, la promoción de espacios laborales saludables y el fortalecimiento de beneficios del seguro complementario de salud, entre otras medidas.

Adicionalmente, impulsamos diversas iniciativas para continuar promoviendo la diversidad, equidad e inclusión. Presentamos la Política de Equidad de Género, con la que reafirmamos el compromiso de promover el desarrollo de todos los trabajadores de igual manera. En esa línea, lanzamos la segunda versión del programa de mentorías "Vamos por más Mujeres Líderes". A través de capacitaciones en terreno con jefaturas de tiendas y centros de distribución, se reforzó el protocolo contra la violencia de género, de modo que todos estuvieran informados sobre esta herramienta.

En el compromiso por entregar a los clientes una atención más inclusiva, lanzamos "La Hora Silenciosa", que busca acoger, dar apoyo y visibilizar a las personas del espectro autista en tiendas. La iniciativa se implementó en 19 locales a lo largo del país y se seguirá extendiendo.

El programa "Construyendo Sueños de Hogar" favoreció a más de 33 mil personas, mediante 81 proyectos comunitarios, que consistieron en la reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno de distintas organizaciones que acogen a sectores más vulnerables. Esto siempre en colaboración y basándonos en nuestras alianzas estratégicas con TECHO, Fundación Junto al Barrio (JAB), entre otras. En cuanto a obras impulsadas en el año destacan el mejoramiento de infraestructura de la ONG Maymuru de Arica; la construcción de un jardín terapéutico y sensorial de la Fundación Down Somos de Rancagua; el mejoramiento de la habitabilidad de la Tercera Compañía de Cuerpo de Bomberos San Pedro de la Paz, y la creación de una eco-biblioteca en la Escuela Manantial de Villarrica, entre otros. En paralelo, a través del programa "Nuestra Casa Contigo", voluntarios de la empresa (apoyados por maestros especialistas) acudieron a reparar los hogares de 54 compañeros de trabajo y sus familias en distintas regiones de Chile a través de 73 intervenciones.

Hemos seguido fortaleciendo nuestras capacidades de respuesta frente a desastres y catástrofes, profundizando el trabajo preventivo con Movidos x Chile (Comunidad de Organizaciones Solidarias, COS) para lograr respuestas más eficaces y eficientes, basadas en la colaboración y coordinación entre el sector privado, la sociedad civil y el sector público.

Tenemos el compromiso de ayudar a que los maestros especialistas y contratistas puedan innovar y mejorar constantemente en sus actividades impulsando iniciativas de capacitación y perfeccionamiento. Este apoyo se traduce en el Círculo de Especialistas Sodimac (CES). Con más de 897 mil socios, las actividades del CES incluyen visitas a fábricas, talleres, ferias regionales y entrega de becas en entidades universitarias y centros de formación técnica. Un hito anual en este sentido es la Gran Feria de Capacitación, un evento totalmente abierto y gratuito que en 2023 congregó un número superior a las 14 mil personas y otros 96 mil se conectaron online, realizándose en total más de 147 mil capacitaciones. Durante el año, en el marco del CES, la

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

"Retomar el camino de crecimiento y reconstruir las comunas devastadas por incendios y otras catástrofes requerirá que todos sumemos esfuerzos y trabajemos de manera colaborativa para enfrentar esos y otros enormes desafíos que tenemos como país".

empresa realizó 240 actividades de formación, con sobre 120 mil maestros especialistas capacitados.

En materia medioambiental, medimos y gestionamos nuestra huella de carbono desde hace más de una década y hace tres años sumamos en esta cuantificación los productos que comercializamos. La Huella de Carbono, en los alcances medidos históricamente, bajó 46% en 2023 en las emisiones totales respecto a 2022. En ese resultado incidieron la creciente descarbonización de la matriz energética; la reducción de las importaciones y de los viajes presenciales de clientes a tiendas; la disminución de los residuos generados y aumento de la tasa de reciclaje de 19% a 24%. Además, la última encuesta de traslados a clientes reveló una reducción de las distancias recorridas a tiendas, y un menor uso de automóvil sin compartir. En tanto, al comparar de manera unitaria, se apreció una reducción de 27% en el indicador Emisiones GEI alcance 1+2+3 sobre ventas totales. En el período se realizó una tercera medición del impacto de los productos comercializados (fabricación, uso y fin de vida). Se identificó que representa casi seis veces el impacto del resto de la operación. En el año, se siguió mejorando el modelo para cuantificarlo y se avanzó en la Hoja de Ruta para gestionar el impacto de esta nueva fuente de emisión, lo que requiere acciones colaborativas con la cadena de proveedores.

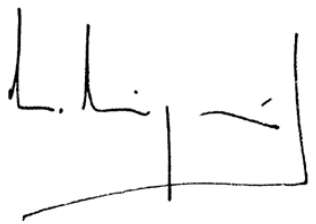
El compromiso de Sodimac es ser carbono neutral al 2030 en los alcances 1 y 2, es decir, por emisiones directas y bajo control operacional. En reconocimiento a las acciones para reducir el impacto de sus emisiones, Sodimac recibió por cuarto año consecutivo el Sello de Excelencia del programa HuellaChile, del Ministerio del Medio Ambiente, además de los de Cuantificación y Reducción de gases de efecto invernadero (GEI). Fue, de esta forma, la única empresa de retail y una de las cinco organizaciones del país en obtener la distinción más alta de HuellaChile, programa voluntario que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en entidades públicas y privadas.

Para contribuir a aumentar el reciclaje y el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), decidimos en 2023 aportar gradualmente nuestros puntos limpios a los sistemas de gestión colectivos. En diciembre, se materializó el traspaso de los puntos limpios ubicados en las tiendas Sodimac de Arica y Calama a ReSimple, el primer sistema de gestión colectivo de envases y embalajes del país y del cual somos una de las empresas fundadoras. Estos seguirán siendo operados por TriCiclos. Adicionalmente, TriCiclos instalará y operará nuevos puntos limpios para ReSimple en algunas tiendas de la empresa, acercando aún más el reciclaje a la comunidad. Los primeros se habilitaron durante diciembre en Curicó y Los Ángeles. De esta manera, Sodimac puso a disposición de las metas de reciclaje nacional su infraestructura y un importante flujo de usuarios, disminuyendo los residuos que llegan a los rellenos sanitarios.

Seguimos aumentando el número de productos y servicios sustentables diferentes que ofrecemos a nuestros clientes, superando los 6.700. En 2023, Sodimac se convirtió en el primer retailer de América Latina en obtener la certificación internacional que otorga Forest Stewardships Council, FSC, reconociendo así la gestión responsable que la empresa realiza con la madera de marca propia que comercializa. FSC es uno de los estándares para el manejo responsable de bosques y trazabilidad de la madera procesada de mayor alcance y prestigio a nivel internacional.

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

Asimismo, agradezco a cada integrante del equipo Sodimac que desde su rol aporta para desarrollarnos con sostenibilidad y seguir construyendo cada día una mejor empresa. También hago un especial reconocimiento a nuestros proveedores y diversas fundaciones y organizaciones aliadas. Retomar el camino de crecimiento y reconstruir las comunas devastadas por incendios y otras catástrofes requerirá que todos sumemos esfuerzos y trabajemos de manera colaborativa para enfrentar esos y otros enormes desafíos que tenemos como país.



Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile

Sodimac y su entorno

Contexto del retail y la construcción

En 2023, el escenario estuvo marcado por la desaceleración económica, inflación y caída en el consumo, que afectaron fuertemente tanto al comercio como a la construcción, rubros en los que se desenvuelve Sodimac.

La peor crisis de la industria de la construcción

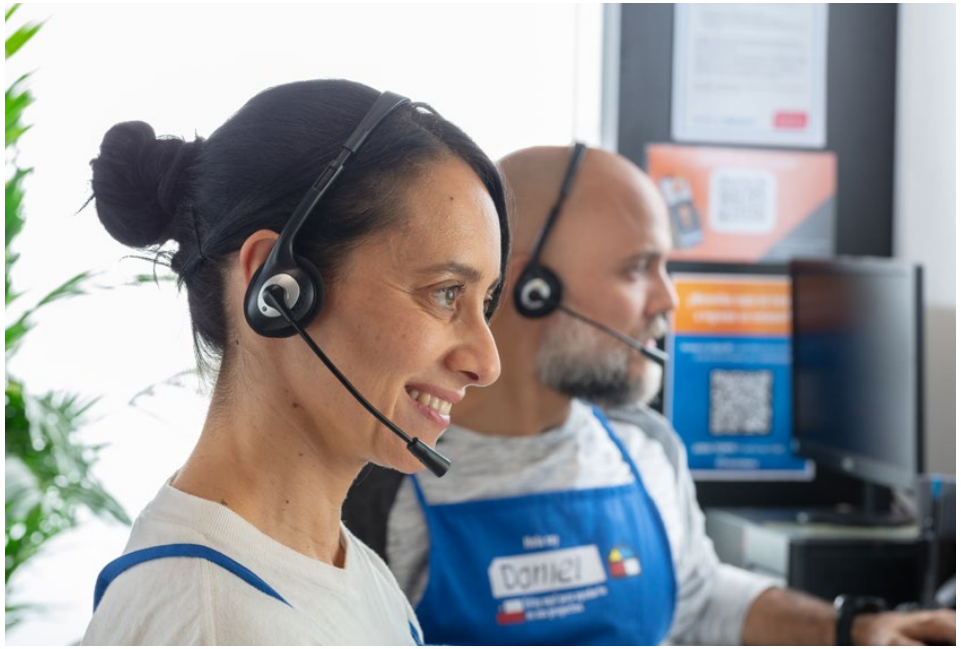
El sobre stock de viviendas, trabas para el desarrollo de proyectos ("permisología" como se ha denominado), dificultad de acceso a créditos bancarios, los negativos resultados financieros y la quiebra de empresas marcaron un difícil 2023 para el rubro de la construcción. Expertos señalan que es la peor crisis que ha vivido el sector y que el panorama se mantendrá complejo al menos durante la primera mitad de 2024.

Contracción en el consumo de los hogares

Tradicionalmente, cuando caía la construcción este fenómeno se veía compensado en gran parte por el desarrollo de proyectos de remodelación y mejoramiento de los hogares. Familias que proyectaban comprar su primera vivienda o cambiarse de casa, postergaban sus planes dada la incertidumbre económica y en reemplazo buscaban renovar los espacios que habitaban para ajustarlos a sus necesidades. Pero esto no ocurrió de manera relevante en 2023, porque muchos de esos proyectos de renovación de hogares ya habían sido realizados para vivir mejor durante la pandemia, cuando se vio un boom del mejoramiento del hogar.

El 2023 fue un año de crisis para el comercio minorista. En un escenario de inflación, mayor desempleo y desaceleración económica, disminuyó el poder adquisitivo de las familias. Estas concentraron su presupuesto en la compra de alimentos y bienes de primera necesidad, postergando otras decisiones de consumo.

Las familias que decidieron invertir en su hogar tenían, en general, presupuestos más ajustados. Dado esto, el precio cobró una creciente relevancia, con consumidores que buscaban las alternativas de productos y servicios más baratas.



Normalización del Ecommerce

Tras la pandemia, los clientes retomaron con fuerza las compras presenciales, pero las ventas online siguieron siendo muy relevantes, con participaciones muy por encima de las registradas en la fase previa a la crisis sanitaria. Esto evidencia que se ha consolidado un consumidor mixto que alterna las compras online y en tiendas físicas indistintamente.

Las tiendas no sólo son un espacio de venta, sino que de inspiración. Las empresas tienen claro que el entorno físico y digital de los clientes se complementa y ponen foco en su integración para ofrecer propuestas diferenciadoras. En paralelo, con más consumidores que valoran las experiencias digitales, aumenta la preocupación por entregarles menores tiempos de despacho, mayores niveles de cumplimiento y de servicio, y una experiencia omnicanal fluida y consistente.

Consumidor ciudadano y marcas con propósito

El foco en el precio no implica dejar de lado la dimensión ciudadana del consumo. Un creciente número de clientes está dispuesto a cambiar su forma de vida y los productos que compra, y ha incorporado la sostenibilidad como uno de sus principales criterios de compra. El desafío de las empresas en el actual contexto es ofrecer productos y servicios sostenibles a un valor asequible.

En respuesta a este escenario, Sodimac se esforzó para entregar a los clientes la mejor experiencia en tiendas y canales digitales, además de ayudar a que pudieran retomar sus proyectos de hogar y de construcción postergados.

La empresa buscó contribuir a la reactivación mediante la campaña "Volver a Construir", que bajó y congeló los precios de más de 1.000 productos diferentes de la construcción y el mejoramiento del hogar, en un esfuerzo conjunto con sus proveedores. A la vez Implementó medidas de eficiencia para operar con menores gastos, pero siempre priorizando la experiencia de sus clientes. Se procuró garantizar un abastecimiento oportuno en las tiendas, maximizar la rentabilidad de las superficies y agilizar los tiempos de despacho online para satisfacer sus necesidades.

Sodimac siguió avanzando en la integración de la sostenibilidad en su estrategia. Se abrió la primera tienda en Maitencillo, se remodelaron y ampliaron otros locales, acercando la marca a más familias y especialistas, buscando siempre entregar a los clientes la mejor experiencia y brindarles espacios de inspiración para hacer realidad sus sueños y proyectos de hogar.

Se buscó seguir potenciando la estrategia omnicanal, incorporando los beneficios del mundo online a las tiendas en el "viaje del cliente" (customer journey), ya sea para compras, asesoría o inspiración. Este esfuerzo implicó inversiones en tecnología para brindarles una mejor experiencia física-digital, mejorando la conectividad wifi y cobertura celular, entre otras acciones.

La empresa consolidó el servicio de Venta Online Asistida (VOA) como un elemento diferenciador de asesoría en las tiendas, siendo una herramienta muy valorada por los clientes y trabajadores.

En e-commerce, se fortaleció el servicio de despacho para el mismo día (same day delivery), logrando mejoras en los niveles de servicio de más del 10% con respecto al año anterior, así como un aumento del 11% en las velocidades de entrega a domicilio. Al cierre del año, 45% de los despachos se realizaban en menos de 24 horas y 61% en un plazo menor a 48 horas. Asimismo, se implementaron optimizaciones en los avisos proactivos dirigidos a los clientes.

Hubo también otros hitos relevantes en la estrategia digital. Para responder a una aspiración de sus clientes hogar y profesionales, Sodimac Chile volvió a ofrecer a fines de año sus productos y servicios en un sitio propio en Sodimac.com. La compañía, sin embargo, se mantendrá como uno de los sellers de Falabella.com.

En paralelo, siguió incorporando a su oferta comercial más productos y servicios sostenibles, superando los 6.700. Desde hace más de 10 años, mide y gestiona la huella de carbono para reducir y mitigar los impactos de su operación. La empresa neutraliza las emisiones de los despachos a domicilio con bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente.

Marco Estratégico

(2-23)

En Sodimac, juntos construimos sueños y proyectos de hogar

Propósito

El propósito común para todas las unidades de negocio de Falabella es: "Simplicar y disfrutar más la vida

Visión

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

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.

Valores

Junto con los valores que caracterizan la cultura Sodimac (**R**ESPETO, **E**XCELENCIA, **I**NTEGRIDAD y **R**ESPONSABILIDAD), en 2023 se sumaron los siguientes valores del grupo Falabella que sustentan el propósito y son desafíos compartidos de todos los negocios y países:

- Somos un solo equipo
- Nos movemos ágilmente
- Nos apasionamos por el cliente
- Cuidamos el futuro

Sodimac en América Latina

(2-1)

Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar del grupo Falabella, uno de los principales conglomerados de retail de América Latina.

La empresa es una sociedad anónima cerrada y no transa sus acciones en bolsa de valores. Su compañía matriz controla el 100% de la propiedad a través de las siguientes sociedades:

Acciones de Sodimac S.A.

NOMBRE	RUT	N° Acciones	%
Inversiones y Prestaciones Venser Seis Limitada	76.042.509-5	17.758.157.950	99,9999986%
Inversiones Parmin SpA	76.020.385-8	252	0,0000014%
Total Controladores		**17.758.158.202**	**100%**

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

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

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

COLOMBIA	2021	2022	2023
Tiendas	40	40	41
Trabajadores	8.489	8.924	8.299
Superficie de venta (m²)	**385.990**	**385.990**	**388.753**

BRASIL	2021	2022	2023
Tiendas	52	55	54
Trabajadores	3.424	3.412	3.099
Superficie de venta (m²)	**178.076**	**196.965**	**193.669**

PERÚ	2021	2022	2023
Tiendas	56	56	56
Trabajadores	9.413	8.016	7.222
Superficie de venta (m²)	**388.151**	**388.526**	**391.650**

URUGUAY	2021	2022	2023
Tiendas	4	4	4
Trabajadores	564	516	430
Superficie de venta (m²)	**33.619**	**33.619**	**33.619**

ARGENTINA	2021	2022	2023
Tiendas	7	7	7
Trabajadores	819	805	755
Superficie de venta (m²)	**72.207**	**72.207**	**72.207**

MÉXICO	2021	2022	2023
Tiendas	9	12	13
Trabajadores	1.414	1.847	1508
Superficie de venta (m²)	**94.522**	**114.609**	**115.122**

Desarrollo operativo de Sodimac Chile

Sodimac tiene

74 tiendas distribuidas en

43 localidades,

en todas las regiones del país.

	2021	2022	2023
Puntos de venta	72	73	74
Trabajadores	15.743	14.328	12.658
Superficie de venta (m²)	683.877	703.231	707.049

Nota: - La dotación incluye las empresas: Sodimac S.A, Logística Internacional Limitada y Traineemac S.A.
- Se excluyen las cifras de la filial Imperial, que tiene 13 tiendas y una superficie de ventas de 71.302 m².
- La cifra de puntos de venta incluye Reconstructor Cauquenes, que es una tienda de material más ligero abierta tras el terremoto de 2010.
- En 2022 se abrieron dos tiendas, pero una de ellas reemplazó a otra de menor superficie en la misma ciudad.

Cadena de valor

(2-6)

Cadena de suministro

- **1.545** proveedores de productos y servicios.
- **81%** de origen nacional.
- **605** de los proveedores son pymes.
- **749** proveedores inscritos con membresía activa en Sedex.
- **245 proveedores evaluados en 2023** (incluyendo estándares laborales, de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH. y medioambiente).
- Plazo de pago: Sodimac fue reconocido como el **mejor pagador a pymes del sector comercio** por la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y la Bolsa de Producto.

Logística

- En Chile: **19** centros de distribución y bodegas.
- **425.388 m²** almacenamiento total.
- **Áreas click & collect en 100% de tiendas, 8** de ellas con **entregas robotizadas** y **49 puntos click & collect en otras instalaciones** del grupo Falabella. D**evoluciones de Falabella.com en 100% de las tiendas** y **555 puntos de devolución en otras instalaciones** del grupo y couriers externos.
- **45% de despachos en menos de 24 horas y 61% en plazo menor a 48 horas.**
- **100%** despachos última milla a clientes de Sodimac Chile son carbono neutral.
- **Toda la flota de su principal centro de distribución es eléctrica.**
- Huella de carbono: **90% emisiones de GEI** de Sodimac S.A. son generadas por transporte de carga y los productos comercializados. Empresa obtuvo los Sellos de Cuantificación, Reducción y el Sello Excelencia de Huella Chile (Min. Medio Ambiente) por gestión de GEI.

Comercial

- **134 mil productos y servicios (SKU)** en tiendas y comercio electrónico. **Más de 6.700 productos sustentables.**
- **Primer retailer en Latinoamérica en obtener certificación FSC, que reconoció la gestión responsable de su madera marca Timbermac.**
- **74 tiendas.**
- **Empresa se abastece en más de 70% con energías renovables. 49 tiendas tienen paneles solares.**
- **707.049 m²** superficie de ventas.
- Más de **44 millones** de transacciones en **2023.**
- **Sobre 230 millones de visitas** al catálogo de Sodimac en Falabella.com.
- Sobre **25 millones de visitas** a la App Sodimac.
- **Servicio de asesoría virtual: Más de 56.000 atenciones** (videollamada + WhatsApp), con un n**ivel de satisfacción del 87%.**
- Mercados: Mejoramiento del hogar y especialista.

- **5** formatos:

SODIMAC HOMECENTER · SODIMAC CONSTRUCTOR · SODIMAC.COM · IMPERIAL · VENTAEMPRESAS

- **31** marcas desarrolladas por Sodimac:

Uso y posconsumo

- Clientes: Familias; maestros contratistas y pequeños especialistas; empresas constructoras medianas y grandes.
- **Más de 897 mil** socios en Chile del programa Círculo de Especialistas (CES), **240 actividades de formación y sobre 120 mil personas capacitadas** en 2023.
- Gran Feria de Capacitación reunió a **más de 14 mil** especialistas de la construcción y otros **96 mil** conectados online, se realizaron **más de 147 mil capacitaciones.**
- **Más de 2,4 millones** de suscriptores canal de YouTube tutoriales Sodimac.
- **Sobre 144 mil** suscriptores canal de YouTube de Sodimac Constructor Chile.
- **NPS** en tiendas y canales de contacto mide satisfacción y experiencia de clientes. **Más de 12% de aumento** respecto a 2022.
- Reclamos representan **0,38%** del total de transacciones.
- **Red Nacional de 18** Puntos Limpios: **2.598.667** kilos recuperados en 2023, **367.219** visitas de comunidad.
- **Ley REP: Sodimac empezó el traspaso de sus Puntos Limpios a la operación del sistema de gestión colectivo ReSimple, para ayudar a cumplir las metas de reciclaje en Chile.**

Crecimiento Responsable en Chile

Crecimiento Responsable en Chile

Estrategia de Sodimac al 2025

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

Sodimac Chile desarrolla un plan estratégico de largo plazo con metas a 2025, que anualmente se traduce en múltiples iniciativas desarrolladas a partir de tres pilares: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

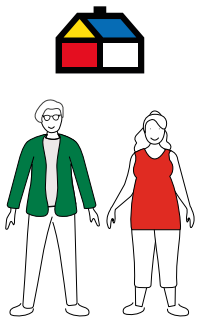
Desde octubre de 2020 Sodimac desarrolla un Plan Estratégico Quinquenal que incorpora la evolución que ha experimentado el negocio.

En un año que presentó importantes desafíos marcados por un panorama macroeconómico adverso, con un consumo deprimido y una industria de la construcción que también atravesó uno de los periodos más difíciles de su historia, la empresa mantuvo su estrategia basada en tres pilares: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, soportados por el ecosistema físico-digital del grupo Falabella, buscando fortalecer la oferta de valor y entregar soluciones diferenciadoras.

Se priorizaron los siguientes ámbitos de acción: impulsar una organización cada vez más efectiva; focalizar las decisiones de inversión y asignación de capital en potenciar la rentabilidad; reenfocar la estrategia digital y desarrollo del ecosistema; potenciar la propuesta de valor de los "motores" del grupo (tiendas y comercio electrónico; logística y servicios; servicios financieros y centros comerciales).

Asimismo, Sodimac buscó contribuir a la reactivación del país mediante campañas comerciales de rebaja y congelamiento de precios junto a sus proveedores, implementando a la vez medidas de eficiencia para operar con menores gastos, pero siempre priorizando la experiencia de sus clientes. Se buscó garantizar un abastecimiento oportuno en las tiendas, maximizar la rentabilidad de las superficies y agilizar los tiempos de despacho para satisfacer sus necesidades.

Construyendo la Casa del Futuro



LOS CLIENTES ESTÁN EN EL CENTRO DE NUESTRA CASA

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

NUESTRA CASA CUENTA CON TRES PILARES QUE SOSTIENEN ESTA ESTRATEGIA

PILAR 1

CRECIMIENTO

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

PILAR 2

RENTABILIDAD

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

PILAR 3

SOSTENIBILIDAD

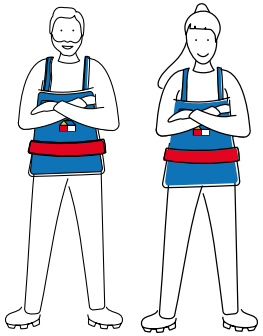
En esta casa somos respetuosos de todos quienes nos rodean: trabajadores, proveedores, comunidades y medioambiente. Juntos construimos un mejor futuro.

Y NO PODRÍAMOS LOGRAR ESTO SIN...

NUESTRAS PERSONAS E INFRAESTRUCTURA

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

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



PARA LOGRAR NUESTRA ESTRATEGIA, PONEMOS ATENCIÓN EN DOS FOCOS

EFICIENCIA ORGANIZACIONAL

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

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

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

Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.

SODIMAC®

Compromiso con la sostenibilidad

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

La sostenibilidad es parte integral de la estrategia de crecimiento de la empresa. Dado ello, posee una estructura formal y permanente de gestión, con mediciones e indicadores que miden el desempeño y las brechas y avances en materias sociales, ambientales y de gobernanza.

A lo largo de 2023, este compromiso se tradujo en múltiples iniciativas.

Construyendo Sueños de Hogar

Desde su creación hace 16 años, el programa de voluntariado "Construyendo Sueños de Hogar" se ha consolidado como uno de los más importantes en Chile. Durante estos años, ha ejecutado 921 proyectos que beneficiaron directamente a más de 335 mil personas.

Con este programa de esfuerzo colaborativo y participativo que opera sobre la base de fondos concursables se cumplen los sueños de organizaciones ubicadas entre Arica y Punta Arenas, aportando mejoras a espacios para adultos mayores y personas con discapacidad, del espectro autista o en situación de calle. Adicionalmente, se reparan salas de clases y patios de escuelas y jardines infantiles, e infraestructura de entidades de salud, bomberos, clubes deportivos y juntas de vecinos, junto con el desarrollo de huertos comunitarios y renovación de plazas.

Asimismo, en alianza con organizaciones como TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile, aporta viviendas definitivas, mejora de entornos en barrios y ayuda a comunidades afectadas por emergencias o catástrofes naturales.

En 2023, "Construyendo Sueños de Hogar" favoreció a más de 33 mil personas, mediante 81 proyectos comunitarios (de un total de 828 presentados a este fondo concursable), que consistieron en la reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno de distintas organizaciones que acogen a sectores más vulnerables.

El aporte de Sodimac se concreta con la entrega de materiales y su transporte. A ello se suma la labor de los más de 4.000 voluntarios de la empresa que materializan los proyectos, junto al rol que cumplen las propias comunidades.

Entre las obras impulsadas en el año destacan el mejoramiento de infraestructura de la ONG Maymuru de Arica; la construcción de un jardín terapéutico y sensorial de la Fundación Down Somos de Rancagua; el mejoramiento de la habitabilidad de la Tercera Compañía de Cuerpo de Bomberos San Pedro de la Paz, y la creación de una eco-biblioteca en la Escuela Manantial de Villarrica, entre otros.

Nuestra Casa Contigo

Entre las iniciativas de la empresa para mejorar de las condiciones habitacionales, Sodimac considera a sus propios trabajadores un foco prioritario. Con tal fin, como parte de Construyendo Sueños de Hogar, desde 2017 se impulsa el programa Nuestra Casa Contigo, que ha desarrollado 800 proyectos, impactando la calidad de vida de 514 empleados y sus familias.

En 2023, los beneficiados fueron 54 trabajadores de distintas regiones del país a través de 73 intervenciones habitacionales en baños, cocinas, pisos, cielos y techumbres, entre otras, realizadas con la participación de voluntarios de la compañía.

Primer Retailer de Latinoamérica en Obtener la Certificación FSC

En 2023 Sodimac se convirtió en el primer retailer de América Latina que obtuvo la certificación internacional que otorga Forest Stewardships Council, FSC, reconociendo así la gestión responsable que la empresa realiza con la madera de marca propia que comercializa. FSC es uno de los estándares para el manejo responsable de bosques y trazabilidad de la madera procesada de mayor alcance y prestigio a nivel internacional.

Círculo de Especialistas Sodimac (CES)

La empresa tiene el compromiso de ayudar a que los maestros especialistas y contratistas puedan innovar y mejorar constantemente en sus actividades impulsando iniciativas de capacitación y perfeccionamiento. Este apoyo se traduce en el Círculo de Especialistas Sodimac, un programa emblema en materia de negocios inclusivos.

Con más de 897 mil socios, las actividades del CES incluyen visitas a fábricas, talleres, ferias regionales y entrega de becas en entidades universitarias y centros de formación técnica. Un hito anual en este sentido es la Gran Feria de Capacitación, un evento totalmente abierto y gratuito que en 2023 congregó en marzo, durante 4 jornadas, un número superior a las 14 mil personas y otros 96 mil se conectaron online, realizándose en total más de 147 mil capacitaciones.

Énfasis en energías limpias

La empresa se impuso la meta de llegar al 2030 con un 100% de su abastecimiento eléctrico basado en energías renovables. En 2023, se alcanzó el 70% del suministro. La estrategia se enfoca en instalar paneles fotovoltaicos en todas las tiendas e infraestructuras donde sea técnicamente factible. A esto se suma un acuerdo de Falabella (matriz de Sodimac) con Enel Generación para abastecer con ERNC a diferentes instalaciones del grupo en Chile.

Durante el año, en el marco del CES, la empresa realizó 240 actividades de formación, con sobre 120 mil maestros especialistas capacitados.

Huella de carbono

La empresa mide y gestiona su huella de carbono desde hace más de una década, en el objetivo de ser Cero Emisiones Netas al 2030 en los alcances 1 y 2, es decir, por emisiones directas y bajo control operacional. Hace dos años sumó en esta cuantificación los productos que comercializa, considerando informes del Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC) sobre la urgencia de actuar en este ámbito.

La Huella de Carbono, en los alcances 1 y 2 medidos históricamente, bajó 46% en 2023 en las emisiones totales respecto a 2022. Asimismo, Sodimac disminuyó su huella de carbono en 31% respecto al año anterior considerando los tres alcances, es decir, incluyendo el impacto por fabricación, uso y fin de vida de productos vendidos.

En reconocimiento a las acciones de la compañía para reducir el impacto de sus emisiones, en el año y por cuarta vez consecutiva recibió el Sello de Excelencia del programa HuellaChile, del Ministerio del Medio Ambiente (MMA), además de los sellos de Cuantificación y Reducción de gases de efecto invernadero (GEI). Fue, de esta forma, la única empresa de retail y una de las cinco organizaciones del país en obtener la distinción más alta de HuellaChile, programa voluntario del MMA que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en entidades públicas y privadas.

Avances en electromovilidad

Las actividades de transporte son el factor que más contribuye a generar huella de carbono en el retail (sin incluir los productos comercializados). Para disminuir su impacto, la compañía lleva a cabo una política de electromovilidad incorporando vehículos eléctricos a las flotas a cargo de los despachos de última milla y abastecimiento en tiendas, y apoya a firmas contratistas de transporte para que también evolucionen hacia esta tecnología. Cabe destacar que toda la flota del principal centro de distribución de Sodimac es eléctrica.

Este compromiso se extiende a los clientes: en alianza con Enel X Way, la empresa fomenta entre ellos la electromovilidad habilitando estaciones de carga para vehículos eléctricos en tiendas, centros de distribución y oficina central, los que ya suman 21 en Santiago y regiones. Junto a Copec Voltex, la empresa también ofrece un servicio para la instalación de cargadores para vehículos eléctricos en los hogares.

Red Nacional de Puntos Limpios

La Red Nacional de Puntos Limpios, operada por TriCiclos, es una iniciativa icónica de Sodimac que cuenta con 18 centros de acopio, siendo la mayor red privada de este tipo en Chile. Desde su creación, ha recibido más de 4,4 millones de visitas, permitiendo reciclar sobre 27,7 millones de kilos de material, generando un ahorro a los ecosistemas equivalente a más de 188 mil árboles no cortados, o sobre 3,3 millones de duchas de cinco minutos no realizadas, lo que se traduce en 166.377 toneladas de CO_2 no emitidas.

Para contribuir a aumentar el reciclaje y el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), la empresa decidió en 2023 aportar gradualmente sus puntos limpios a ReSimple, que es el primer sistema de gestión colectivo de envases y embalajes, del cual es una de las empresas fundadoras. Este empezó a operar en octubre.

En diciembre se materializó el traspaso de los puntos limpios ubicados en las tiendas Sodimac de Arica y Calama, que seguirán siendo operados por TriCiclos. Adicionalmente, TriCiclos instalará y operará nuevos puntos limpios para ReSimple en algunas tiendas de la empresa, acercando aún más el reciclaje a la comunidad. Los primeros se habilitaron durante diciembre en Curicó y Los Ángeles.

De esta manera, la compañía puso a disposición de las metas de reciclaje nacional su infraestructura y un importante flujo de usuarios, disminuyendo los residuos que llegan a los rellenos sanitarios.

Despachos carbono neutral

Desde 2019, todos los despachos de la empresa por compras online son "carbono neutral". Sodimac neutraliza las emisiones que se generan emitiendo bonos de carbono provenientes de proyectos de energía renovable en Chile y registrados internacionalmente. Este proceso es certificado por la Bolsa de Clima de Santiago (SCX), que entrega una certificación CO_2 Neutral que verifica el cumplimiento y trazabilidad del proceso. Durante 2023 la empresa compensó 317.950 viajes con despachos directos a domicilio, transportando 5.398.306 reservas, neutralizando un equivalente de 4.356 tCO_2e. Además, el 2,3% de los kilómetros recorridos en despachos ya se están realizando con vehículos eléctricos.

Aliados estratégicos para una mirada social

Las alianzas estratégicas con diversas organizaciones sociales son fundamentales para el desarrollo de los esfuerzos de sostenibilidad de Sodimac:

TECHO-Chile

Sodimac ha estado vinculada a TECHO durante 17 años, logrando cumplir el anhelo de la casa propia de más de 8.000 personas, además de ir juntos en ayuda de familias afectadas por emergencias.

Movidos x Chile

La alianza de la empresa con Movidos x Chile, programa perteneciente a la Comunidad de Organizaciones Solidarias, ha sido clave para aportar viviendas definitivas, mejorar entornos en barrios y ayudar a comunidades afectadas por emergencias o catástrofes naturales, como los temporales que afectaron a la zona centro y sur del país en junio y agosto de 2023.

Junto al Barrio

Desde 2010, Sodimac, a través del programa "Construyendo Sueños de Hogar", ha trabajado con la fundación Junto al Barrio con el propósito de consolidar y fortalecer a las comunidades mediante un modelo de intervención urbano-social, mejorando los espacios públicos para transformarlos en núcleos comunitarios de los municipios en los que desarrollan las iniciativas.

Déficit Cero

El objetivo de Déficit Cero es superar la falta de viviendas que sufre el país. Para avanzar en esta meta, se desarrollan diversos estudios para proponer soluciones a la política pública con acciones de colaboración entre diversos estamentos de la sociedad. Igualmente, se llevan a cabo capacitaciones a líderes de comités de vivienda.

Más información en el capítulo Compromiso con la Comunidad de este reporte.

Campaña para Contribuir a la Reactivación

Como parte de la campaña "Volvamos a Construir", Sodimac bajó y congeló a partir de agosto los precios de más de 1.000 productos diferentes de la construcción y el mejoramiento del hogar, en un esfuerzo conjunto con sus proveedores.

La medida busca ayudar a que los profesionales de la construcción (maestros especialistas, pymes y firmas de mayor tamaño) y los clientes hogar retomen sus proyectos, además de contribuir a reactivar este sector clave de la economía.

Este compromiso contempla artículos de distintas categorías, como ferretería; herramientas y maquinarias; pintura y accesorios; puertas, ventanas y molduras; baño y cocina; electricidad; madera y tableros; pisos; tabiquería, techumbre y aislación; gasfitería; jardín; aseo; y accesorios de automóviles, entre otras.

Apoyo en emergencias

La articulación de esfuerzos de Sodimac, junto a otras empresas del grupo Falabella, Movidos x Chile y TECHO, permitieron canalizar la ayuda de una manera eficiente hacia las comunidades afectadas por calamidades en 2023.

Destaca la donación de más de 3.500 kits de ayuda humanitaria a Movidos x Chile, para poder responder a las necesidades de quienes se vieron afectados por un sistema frontal que dejó a más de 4.000 personas damnificadas durante las inundaciones ocurridas en el invierno en las regiones de O'Higgins y Maule.

Adicionalmente, la empresa congeló los precios y aplicó descuentos especiales para compras en tiendas en productos esenciales asociados a la emergencia climática en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule, Ñuble y del Biobío, de manera de evitar alzas especulativas.

A lo anterior se suma el apoyo a los trabajadores de Sodimac que también se vieron afectados por inundaciones e incendios durante 2023.

Lineamientos de la sostenibilidad

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

La Política de Sostenibilidad Corporativa de Sodimac identifica a las partes interesadas prioritarias y define compromisos y obligaciones explícitas de la empresa con sus públicos de interés. La compañía aborda los temas más relevantes directamente con cada grupo y alinea sus esfuerzos de acuerdo con instrumentos internacionales de sostenibilidad.

Nuestros trabajadores

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

Nuestros clientes

El cliente está en centro de la actividad de Sodimac. Por tanto, la empresa respeta sus derechos y atiende sus expectativas, cumpliendo las promesas de venta, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, y entregando información clara, completa y con la mejor experiencia de compra. Promueve, asimismo, una comunicación responsable que asegure la calidad, disponibilidad y la seguridad de productos y servicios, los que, de manera creciente, deben ser sostenibles y/o basados en los principios de la economía circular.

Nuestros proveedores

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

Gobierno corporativo y ética empresarial

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

Compromiso con el medioambiente

El compromiso institucional para combatir los efectos del cambio climático se traduce en la meta de ser carbono neutrales al 2030. Sodimac se esfuerza activamente por reducir y mitigar sus impactos, buscando mejorar su desempeño ambiental aplicando los conceptos de la economía circular en toda la operación. Para ello, impulsa el uso eficiente de los recursos naturales, hídricos y energéticos, y fomenta la toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente en todos sus públicos de interés.

Compromiso con la comunidad

La compañía busca construir relaciones de confianza con las comunidades mediante el diálogo y una gestión responsable de sus impactos. Con este fin, promueve acciones participativas e inversiones sociales que permiten mejorar efectivamente su calidad de vida y fomentan la empleabilidad local, con una activa participación de los trabajadores de Sodimac gracias a labores de voluntariado corporativo, y alianzas con instituciones que tienen intereses y objetivos comunes a los de la empresa.

Hitos y avances en la integración de la sostenibilidad

2006 - 2009

PRIMEROS LINEAMIENTOS RS

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

2010 - 2014

SOSTENIBILIDAD Y EL PLAN ESTRATÉGICO

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

2015 - 2023

INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD A TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO

- Se incorpora un indicador de sostenibilidad para medir la integración de este criterio en todas las unidades.
- Estrecha coordinación con las operaciones de Sodimac en cada país.
- Redireccionamiento de estrategia de inversión social y relacionamiento comunitario con el programa Construyendo Sueños de Hogar.
- Actualización de la política de DD.HH. y proceso de Debida Diligencia en DD.HH.
- Mediciones ESG con públicos de interés.
- Consolidación de la aplicación de la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT) en la evaluación de proyectos, para profundizar la capacidad de escucha y anticiparse a conflictos territoriales.
- Avances en reducción de la huella de carbono por e-commerce: todos los despachos a clientes en Chile son carbono neutral desde el 1° de marzo de 2019.
- Actualización de la política de sostenibilidad corporativa y temas estratégicos materiales (válidos para todas las unidades en la región).
- Avances en la incorporación de productos y servicios sostenibles para clientes, campañas "Cuidemos La Casa de Todos" y contenidos sustentables en las plataformas de Hágalo Usted Mismo.
- En 2023, se actualizó la materialidad con el marco metodológico recomendado por OCDE.
- Se avanzó en realizar un segundo proceso de Debida Diligencia, que incluyó la participación de la oficina comercial en China y concluirá en 2024.
- En 2023 aumentó de manera relevante la oferta de productos y servicios sostenibles, superando los 7.360. En este marco, Sodimac fue el primer retailer en Latinoamérica en obtener la certificación FSC de su madera marca propia.

Compañía matriz de Sodimac en el DJSI World

En 2023, por octavo año, el grupo Falabella, matriz de Sodimac, fue seleccionado para integrar el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World), siendo la única compañía chilena de la industria del retail que figura en esta iniciativa que agrupa a compañías internacionales abiertas en bolsa líderes en términos de sostenibilidad según criterios ambientales, sociales, económicos y de gobernanza.

Falabella, además, fue uno de los cinco retailers a nivel global con mejor desempeño ESG, luego de avanzar tres posiciones respecto a 2022 gracias a un puntaje histórico de 73 sobre 100 puntos entre más de 13.000 empresas de diferentes industrias que participan anualmente del DJSI.

Cabe resaltar que Falabella es una de las dos corporaciones chilenas listadas en el índice World, además de los indicadores Mercado Integrado de América Latina (MILA) e Índice Chile.

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

Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

(2-23; 2-24)

Sodimac está comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, iniciativa global que busca, entre 2015 y 2030, erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad de toda persona dentro de una agenda de crecimiento basada en la sostenibilidad.

La empresa suscribió sus propios ODS, estableciendo prioridades, objetivos y metas que involucran un trabajo público-privado y con la sociedad civil. Considerando la realidad de su negocio, la empresa se enfoca en gestionar y reducir sus impactos negativos respecto de los temas materiales de sostenibilidad, gestión que se expone a lo largo del presente reporte.

Como parte de los Reconocimientos Empresariales Conecta 2023, que destaca las iniciativas del mundo privado que han tenido un impacto significativo en la consecución de los ODS de la ONU, Pacto Global Chile reconoció a Sodimac por su programa de Debida Diligencia en el respeto a los derechos humanos con sus grupos de interés.

Los ODS corporativos han permitido sistematizar los siguientes cuatro programas emblemáticos de la empresa, presentados al Consejo de Implementación de la Agenda 2030 para el proceso de elaboración del Examen Nacional Voluntario de Chile:

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

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de sectores vulnerables de la comunidad, manteniendo alianzas formales y estratégicas con TECHO y Junto al Barrio, entre otras. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de catastrofes y emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.
	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal	Sodimac busca generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante sus programas de calidad de vida. Entre las principales acciones destacan fomentar el autocuidado, manejo del estrés, alimentación saludable, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores.
	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Sodimac fomenta programas de capacitación a traves de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Asimismo, cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Creado hace 18 años, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. Más información en capítulo Nuestros Clientes.
	Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas	Sodimac se compromete con la igualdad de género, desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2023, se realizó el segundo programa interno de mentorías para mujeres líderes. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Además, la empresa se compromete a velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.
	Garantizar disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	Sodimac mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, haciendo un uso más eficiente del recurso hidríco. Además, elabora contenidos para los clientes en Youtube y otras plataformas sobre un consumo responsable y masifica el acceso a productos que aportan al ahorro del agua en el hogar. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, avanza en el abastecimiento con energías renovables. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Sodimac tiene un compromiso de velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial. Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Consciente de la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y el constante mejoramiento de los estándares de seguridad. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada superior al mínimo legal establecido a nivel país. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso, y no discriminatorio con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2023, se realizó el segundo programa interno de mentorías para mujeres líderes. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores. Al mismo tiempo, cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Creado hace 18 años, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. Más información en capítulo Nuestros Clientes. Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. Más información en capítulo Nuestros Proveedores.

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, avanza en el abastecimiento con energías renovables. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente. Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta, destacan sus más de 6.700 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Haciendo ECO"; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; y promoción de la ecoeficiencia en los hogares. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Sodimac ha consolidado su programa "Construyendo Sueños de Hogar", iniciativa de voluntariado corporativo de gran importancia para la empresa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades donde está inserta. El programa ayuda también a los trabajadores de la empresa a mejorar sus hogares y calidad de vida. En 2023, se realizaron 81 proyectos, beneficiando a más de 33 mil personas. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad. Cada año, Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad, como son TECHO y Junto al Barrio, entre otras. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad.
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable. Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se avanza en el abastecimiento con energías renovables. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente. Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta destacan sus más de 6.700 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Haciendo ECO"; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y la promoción de ecoeficiencia en los hogares. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente. La empresa - que adhiere al "Pacto Chileno por los Plásticos" de Fundación Chile- trabaja con sus proveedores para aumentar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	Desde hace cinco años todos los despachos a clientes por compras online son carbono neutral. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente. Sodimac fue una de las cinco organizaciones (la unica del retail) en obtener el sello ""Excelencia"" de Huella Chile, además de los sellos "Cuantificación" y ""Reducción"", por su compromiso y mejora continua en materia de GEI. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente. Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas y otras instalaciones tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y el uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se avanza en el abastecimiento con energías renovables e instalación de paneles fotovoltaicos en tiendas y otras instalaciones. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente. Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta también destacan sus más de 6.700 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Cuidemos La Casa De Todos"; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y medidas para promover la ecoeficiencia en los hogares. La empresa -que adhiere al "Pacto Chileno por los Plásticos" de Fundación Chile- trabaja con sus proveedores para aumentar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente.
	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas	Sodimac tiene el convencimiento que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable. Además, Sodimac busca realizar su actividad cumpliendo plenamente los preceptos legales y derechos civiles y laborales de las personas. Adicionalmente, ha desarrollado un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial.

Relacionamiento con Grupos de Interés

(2-29)

Para contribuir al desarrollo integral de trabajadores, clientes, proveedores, ciudadanía, comunidad financiera, accionistas y autoridades, la compañía aplica una política de relacionamiento con sus grupos de interés que busca establecer con claridad los principios que orientan su vinculación con cada interlocutor y la responsabilidad de cada persona de la empresa en este ámbito.

Este relacionamiento se construye sobre la base de REIR, sigla que resume cuatro valores intrínsecos a la cultura Sodimac:

- Respecto
- Excelencia
- Integridad
- Responsabilidad

Canales de comunicación con los grupos de interés

El relacionamiento con los públicos de interés se desarrolla por varias plataformas de escucha y diálogo activo.

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

Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Nuestras personas	Todos quienes trabajan en Sodimac, ya sea en tiendas, centros logísticos u Oficinas de Apoyo, y nuestras organizaciones sindicales.	- Política de puertas abiertas.	(DI)	- Fomentar un buen clima laboral. - Proveer instancias de capacitación y formación integral. - Fortalecer cultura de responsabilidad y sostenibilidad, y un actuar ético. - Trabajo colaborativo con sindicatos.	- Trato digno y justo. - Desarrollo integral. - Respeto a los derechos humanos y laborales. - Diversidad e inclusión. - Salud y seguridad laboral.
		- Canales de comunicación interna (canal TV, intranet, Workplace).	(DI)		
		- "Caminatas" semanales.	(SE)		
		- Reuniones en tiendas y en otras instalaciones.	(DI)(TR)		
		- Escuela de Excelencia Sodimac y otros programas de formación.	(DI)		
		- Evaluación de desempeño con retroalimentación.	(AN)		
		- Consejeros y Canal de Integridad.	(DI)		
		- Diálogo sindical.	(ME)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Encuesta GPTW.			
		- Linkedin			
Clientes	Actuales y potenciales clientes que adquieren nuestros productos y servicios.	- Tiendas físicas y online.	(DI)	- Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS).	- Ofrecer productos seguros y con estándares de calidad. - Escucha permanente y entregar la mejor calidad de atención y servicio. - Marketing responsable. - Protección de seguridad y privacidad de datos personales.
		- Canales de atención de clientes.	(DI)		
		- Encuestas de satisfacción y canales contacto.	(DI)		
		- Sernac y canales de reclamos en medios tradicionales.	(DI)		
		- Redes sociales.	(DI)		
		- Programa de TV.	(SE)		
		- Catálogos.	(SE)		
		- CES para Maestros.	(DI)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		
Proveedores	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	- Encuentro Anual con Proveedores.	(AN)	- Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor. - Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes.	- Trato justo según normas de código de autorregulación TCS. - Velar por cumplimiento de normas laborales y de DD.HH., y entornos productivos sostenibles.
		- Reuniones con equipo comercial.	(DI)		
		- Líneas directas de atención, teléfono y correo electrónico.	(DI)		
		- Encuestas.	(AN)		
		- Reuniones periódicas con gerencia de control de calidad.	(SE)		
		- Centro de Innovación con Proveedores (CIP).	(DI)		
		- Programa Sedex.	(DI)		
		- Contraloría TCS para consultas, reclamos y quejas.	(DI)		
		- Feria de productos.	(ME)		
		- Line reviews.	(TR)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		

Grupo Interés	Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Comunidades	Las comunidades que rodean nuestras tiendas y otras instalaciones.	- Diálogo directo a través de reuniones, cartas, correo electrónico y teléfono.	(DI)	- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados. - Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos.	- Ser un buen ciudadano corporativo con vinculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de las localidades en las que estamos presentes.
		- Programa Construyendo Sueños de Hogar.	(DI)		
		- Trabajo territorial y Estudio Pulso previo a apertura de tiendas.	(TR)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias.	(DI)		
Autoridades	Autoridades que definen el contexto legal y normativo, y el desarrollo de nuestro rubro.	- Reuniones periódicas y/o esporádicas.	(DI)	- Trabajo colaborativo para abordar problemas del país. - Aportar desde la experiencia para mejorar normativas y estándares.	- Cumplimiento normativo y ético. - Uso eficiente de los recursos y respeto al medioambiente.
		- Iniciativas multistakeholder.	(DI)		
		- Línea directa con CMF.	(DI)		
		- Línea directa con Sernac.	(DI)		
		- Trabajo con SEC en materia de certificaciones.	(ME)		
		- Informes específicos.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
Industria	Agrupaciones gremiales y otras entidades en las que participamos que buscan elevar los estándares empresariales.	- Participación en organismos gremiales y empresariales.	(ME)	- Sumar capacidades para abordar problemáticas comunes. - Fomentar colaboración público-privada.	- Mejorar estándares empresariales. - Cumplimiento de normas de libre competencia.
		- Eventos empresariales.	(TR)		
		- Iniciativas multistakeholder.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		
Academia	Universidades y centros de formación técnica con los que colaboramos, en especial en materia de capacitación e innovación.	- Colaboración a través del Centro de Innovación con Proveedores Sodimac.	(ME)	- Trabajo colaborativo para desarrollo de innovaciones que beneficien el entorno. - Programas de formación para clientes y trabajadores.	- Fomento de la innovación para abordar desafíos y oportunidades.
		- Diálogo directo.	(SE)		
		- Programas de capacitación.	(SE)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		

Grupo Interés	Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
ONG's y otros expertos	Organizaciones del mundo civil expertas en distintas materias con las que colaboramos para elevar nuestros estándares y aportar en la solución de diversas problemáticas.	- Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico, reuniones y teléfono.	(DI)	- Escucha activa para entender y anticiparse a requerimientos del entorno. - Trabajo colaborativo en materias de interés común. - Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.	- Contribución a la calidad de vida y al bienestar social, económico y cuidado del medioambiente.
		- Alianzas y actividades conjuntas.	(ME)		
		- Iniciativas multistakeholder.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		
Inversionistas	Tenedores de bonos de Sodimac y accionistas de nuestra compañía matriz que se transa en Bolsa.	- Reportes de resultados e información a CMF.	(TR)	- Transparencia corporativa. - Gestión ética y cumplimiento normativo.	- Velar por el interés de todos los accionistas. - Promover la conducta ética en todos los niveles de la organización, a través del Programa de Probidad Corporativa. - Gestión proactiva de riesgos.
		- Actividades de Investor Relations organizadas por compañía matriz.	(TR)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
Prensa	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.	- Contactos telefónicos y correo electrónico.	(DI)	- Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders.	- Respeto al rol. - Ética y rigurosidad en la entrega de información.
		- Reuniones.	(ME)		
		- Entrevistas.	(ME)		
		- Comunicados de prensa.	(TR)		
		- Reportes financieros.	(TR)		
		- Memoria Anual y Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Seminarios y otras actividades con presencia de prensa.	(ME)		
		- Retroalimentación a través de estudios de reputación (Merco).	(AN)		

Nuestras alianzas

(2-23; 2-28)

Sodimac se relaciona y genera alianzas con diferentes asociaciones gremiales y de otra naturaleza. También participa en diversas mesas de trabajo donde intercambia experiencias sobre mejores prácticas y aporta sus conocimientos para aportar al desarrollo de políticas públicas y a la solución de problemáticas sociales y ambientales que afecten al país.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

La empresa integra organizaciones gremiales relacionadas con su actividad, vía por la que ayuda al desarrollo y perfeccionamiento de los rubros comercio, construcción y, desde su perspectiva como avisador, industria publicitaria.

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

Ámbito de acción: responsabilidad social y sostenibilidad

La compañía participa en iniciativas que fomentan la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

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

Ámbito de acción: gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac forma parte de entidades orientadas a fortalecer los gobiernos corporativos y la ética empresarial.

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

Ámbito de acción: relaciones laborales

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

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

Ámbito de acción: medioambiente

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

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

Ámbito de acción: comunidad

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

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

Gestión de la Sostenibilidad

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

Temas Estratégicos

Sodimac cuenta con un proceso formal de materialidad y política de sostenibilidad que permite identificar los temas más importantes para la empresa y sus grupos de interés en todos los ámbitos de esta materia, incluyendo los riesgos y oportunidades que se deban gestionar.

En ese marco, tiene una Política de Sostenibilidad Corporativa que identifica las partes interesadas prioritarias y define obligaciones explícitas con estos públicos, permitiendo que, como parte de su relacionamiento, la empresa aborde los temas más relevantes para cada grupo. También busca alinear los esfuerzos de la compañía con los instrumentos internacionales de sostenibilidad.

En 2023 se realizó una actualización de la materialidad, trabajo que fue acompañado por el Centro Vincular. Se identificaron los impactos del negocio, positivos y/o negativos, que afectan a las diferentes partes interesadas para cada uno de los temas materiales, todo esto basado en el marco metodológico que recomienda la OCDE. Para este proceso, se realizaron entrevistas y talleres para conocer las diferentes visiones. Se incluyeron además un benchmark de los principales retailers mundiales, los resultados de las mediciones ESG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza) con las principales partes interesadas (trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y entidades expertas) y un análisis de información secundaria del negocio.

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

Materialidad Falabella SA

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

Ambiental Social Económico

Estructura Interna

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

Comité de Sostenibilidad

Lidera y coordina la gestión llevada a cabo por todas las áreas de Sodimac en materia de sostenibilidad, incluyendo la aprobación del presente reporte. Lo conforman:

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

Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento

Coordina y asesora a la organización en temas de sostenibilidad y cumplimiento, garantizando que los proyectos actuales y futuros cumplan con la legalidad vigente y las normas nacionales e internacionales.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

- Responsable de gestionar la política y estrategia de sostenibilidad, así como hacer seguimiento de la matriz de cumplimiento y avances en programas estratégicos.
- Integra el Comité Ejecutivo de Sodimac y depende directamente del Gerente General.
- Garantiza el alineamiento de la política de sostenibilidad con los principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT; los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU; los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas; los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); la ISO 26000, y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI).
- Coordina el Comité de Sostenibilidad y Cumplimiento, que revisa periódicamente la gestión de riesgos para asegurar el respeto normativo en la operación diaria.
- Participa en los programas definidos como estratégicos por la compañía.
- Participa en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven las acciones en esta materia.
- Define, monitorea y controla la política de donaciones de la empresa.

Su labor se apoya en los siguientes ejecutivos:

Coordinadora de Sostenibilidad

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

Jefe de Medioambiente

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

Jefe de Cumplimiento

- Gestiona el levantamiento, confección y seguimiento de matrices de riesgo, junto con identificar controles y planes de acción sobre distintas áreas de la compañía (Libre Competencia, Derechos del Consumidor y Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, entre otros).
- Coordina y gestiona el sistema que permite que programas y políticas de cumplimiento se ajusten a la legislación vigente.
- Desarrolla los elementos normativos, comunicación, ejecución y control de los programas de cumplimiento, y gestiona la certificación del Modelo de Prevención de Delitos de la compañía.

Medición: Índex de Sostenibilidad

(2-12; 2-18; 2-23; 3-3)

*En 2023, el Índex de Sostenibilidad arrojó para Sodimac Chile un resultado global de **84%,** lo que conlleva que la compañía aplica mayoritariamente prácticas de clase mundial, inspiradas en los procedimientos sobre sostenibilidad indicados en los principales instrumentos internacionales. También mostró un alto nivel de integración gestionando los **24** temas materiales o estratégicos de sostenibilidad, lo que refleja una madurez en la incorporación de los impactos reales y potenciales derivado del proceso de toma de decisiones y actividades operacionales.*

La integración de la sostenibilidad de forma estratégica, realizando una gestión transversal bajo un enfoque 360, se implementa a través de un instrumento (Índex) diseñado por el Centro Vincular. Sus resultados integran el sistema de incentivos de los gerentes y ejecutivos de primera línea de cada operación, con metas anuales asociadas a este indicador. Con esta herramienta, la empresa evalúa su gestión interna tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- Mejores prácticas o procesos de empresas de clase mundial disponibles en diversas áreas, enmarcadas dentro de las expectativas que nacen de instrumentos normativos reconocidos internacionalmente y por el Estado de Chile. Estas iniciativas evolucionan con los cambios del entorno global.

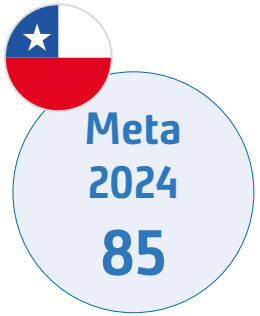
- Una evaluación del nivel de integración de los temas materiales o estratégicos a la gestión de cada área, sobre la base de un ciclo de manejo que asegure que están siendo debidamente abordados por la empresa.

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

Índex de Sostenibilidad

Herramienta que utiliza la compañía para **medir el desempeño** de su Estrategia de Sostenibilidad.

Resultados	
Año	Chile
2023	84
2022	82
2021	80
2019	75
2018	74
2017	68
2016	67
2015	65



INDEX	
Módulo I	Módulo II
Gobierno Corporativo	
Trabajadores	
Medioambiente	
Proveedores	
Clientes	
Comunidad	

Adopción de
mejores prácticas
nivel empresa clase mundial

119 preguntas

Gestión de impactos a partir de
temas materiales
propios de la industria y el entorno

24 temas

Principales premios y reconocimientos 2023

- **1° lugar Retail** y 8° a nivel general en ranking Responsabilidad ESG (Merco).
- **1° lugar Mejoramiento del Hogar en Chile 3D,** marcas y estilo de vida (GFK).
- **1° lugar Retail** y 2º a nivel general en el Índice de Percepción de Sostenibilidad Empresarial (IPSOS).
- **1° lugar Mejoramiento del Hogar en estudio de Marcas Sostenibles** (Better Brands y Pacto Global).
- **1er lugar Mejoramiento del Hogar en estudio Marcas Ciudadanas** (Cadem).
- **1er lugar Mejoramiento del Hogar en estudio ICREO de confianza** (Almabrands).
- **2° lugar en Retail** y 18° a nivel general en ranking Merco Talento, de empresas que mejor atraen y retienen el talento.
- **5° lugar en Ranking de los Mejores Lugares para Trabajar Mujeres** (Great Place to Work-GPTW).
- **8° lugar en Ranking de los Mejores Lugares para Trabajar en Chile**, categoría Más de 1.000 colaboradores (GPTW).
- Sodimac fue reconocido por el programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, que le entregó por cuarto año consecutivo los sellos de Excelencia, Cuantificación y Reducción. Siendo el único retailer en obtener el Sello de Excelencia.
- Sodimac fue reconocido como el mejor pagador a pymes en sector comercio, según estudio de la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y la Bolsa de Producto.
- **6° lugar en ranking Chile10**, que destaca a las marcas con mayor valorización de mercado (Brand Finance).
- **1er lugar Mejoramiento del Hogar** y 8° general estudio Total Brands 2023 (Criteria y BBK+2Brains).
- **1er lugar Mejoramiento del Hogar en ranking Most Innovative Companies** (ESE Business School, Universidad de los Andes).
- **3er lugar categoría Mejor Proyecto de Innovación**, Premio Mejores Prácticas de Experiencia de Cliente (Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente-DEC)
- **9° lugar en ranking de reputación corporativa Empresas Humanas** (True Brands y GFK).
- **11° lugar general** y 1er lugar mejoramiento del hogar en ranking de Reputación Corporativa (Merco).
- Pacto Global Chile reconoció a Sodimac por su programa de Debida Diligencia en el respeto a los derechos humanos de sus grupos de interés, como parte de los Reconocimientos Empresariales Conecta 2023 que destacaron iniciativas del sector privado con impacto positivo en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Sodimac entiende que contar con un buen gobierno corporativo, de acuerdo con estándares internacionales, es condición fundamental para una gestión eficaz y un desarrollo responsable y sostenible. La empresa dispone de un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, reputación, sostenibilidad y confianza que en ella depositan sus públicos de interés.

Temas estratégicos

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

Hitos 2023

- Se actualizó la Política de Derechos Humanos y Empresa que regía desde 2016 y se avanzó en realizar un segundo proceso de Debida Diligencia en DD.HH., que incluyó la participación de la oficina comercial en China y concluirá en el primer semestre de 2024.
- La consultora BH Compliance certificó nuevamente el modelo de prevención implementado por la empresa de acuerdo con la Ley 20.393.
- Pacto Global Chile reconoció a Sodimac por su programa de Debida Diligencia en el respeto a los derechos humanos de sus grupos de interés, como parte de los Reconocimientos Empresariales Conecta 2023 que destacaron iniciativas del sector privado con impacto positivo en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.
- Sodimac se mantuvo en el primer lugar del sector retail y mejoró tres puestos en el ranking general, alcanzando el 8° lugar entre las Empresas Más Responsables en términos ESG de Chile, según Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa).
- La empresa fue invitada a exponer la estrategia y acciones que impulsa en materia de DD.HH. y protección del medioambiente en el VIII Foro Regional sobre Empresas y Derechos Humanos en América Latina y el Caribe realizado en Chile.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Liderazgo en Sodimac

En 2023, Sodimac continuó fortaleciendo su gobierno corporativo, implementando un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar posibles situaciones que puedan afectar a sus partes interesadas. Se intensificaron los esfuerzos en formación interna, destacando programas clave como "Mi Cliente", "Libre Competencia", "Medioambiente", "Derechos Humanos" y "Datos Personales", centrados en derechos del consumidor y protección de datos personales, respectivamente.

Directorio

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

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

Los directores establecen los lineamientos generales para conducir la empresa, velan por su cumplimiento, responden frente a los accionistas y supervisan el desempeño y la gestión en los diversos ámbitos del negocio, recibiendo reportes regulares del gerente general y el resto de los gerentes de primera línea. Los directores y la plana ejecutiva han adoptado el modelo de sostenibilidad como una herramienta estratégica, atendiendo e intentando responder oportunamente a todos los públicos de interés de acuerdo con los siguientes criterios:

- Principios Sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT.
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.
- Principios del Global Reporting Initiative (GRI).
- Compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Norma ISO 26000.
- Las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 17 de abril de 2023, se aprobó que los miembros del Directorio perciban una dieta líquida mensual de UF 50, monto que en el caso del presidente asciende a UF 300 líquidas. Esta asignación se informa en la memoria financiera de la empresa, según la normativa dictada por la CMF.

Comisión de Auditoría

La Comisión de Auditoría está conformada por tres personas, recayendo este rol durante 2023 en los señores Jaime García Rioseco, Sandro Solari Donaggio y Gonzalo Rojas Vildósola.

A lo largo del ejercicio, revisó materias propias de su competencia, entre ellas, la gestión contable; correcta aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera; informes de los auditores externos, el balance y demás estados financieros; cumplimiento de planes y avances en auditoría interna; gestión de riesgos de la sociedad y revisión trimestral de la evolución en los planes de acción para mitigarlos; actividades y programas de Gobernanza Ética y Cumplimiento; programa de Prevención del Delito y un análisis de operaciones con partes relacionadas conforme al título XVI de la LSA y la política de habitualidad de la compañía.

Directorio

(al 31 de diciembre de 2023)

(2-9; 2-11)

Juan Pablo del Río Goudie
PRESIDENTE
Arquitecto, Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Catalina del Río Silva
Ingeniera Comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 8.317.939-2
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Jaime García Rioseco
Economista
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.894.661-3
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Manuel Cristóbal Hurtado Rourke
Ingeniero Comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 13.038.050-6
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

María Cecilia Karlezi Solari
Empresaria
Rut: 7.005.097-8
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Elizabeth Lehmann Cosoi
Ingeniera Comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 11.625.647-9
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Gonzalo Rojas Vildósola
Ingeniero Comercial
Universidad Adolfo Ibáñez
Rut: 6.179.689-4
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Agustín Alberto Solari Álvarez
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
Rut: 8.458.863-6
Fecha de nombramiento: 18 de abril de 2023

Sandro Solari Donaggio
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 9.585.729-9
Fecha de nombramiento: 14 de abril de 2022

Equipo ejecutivo

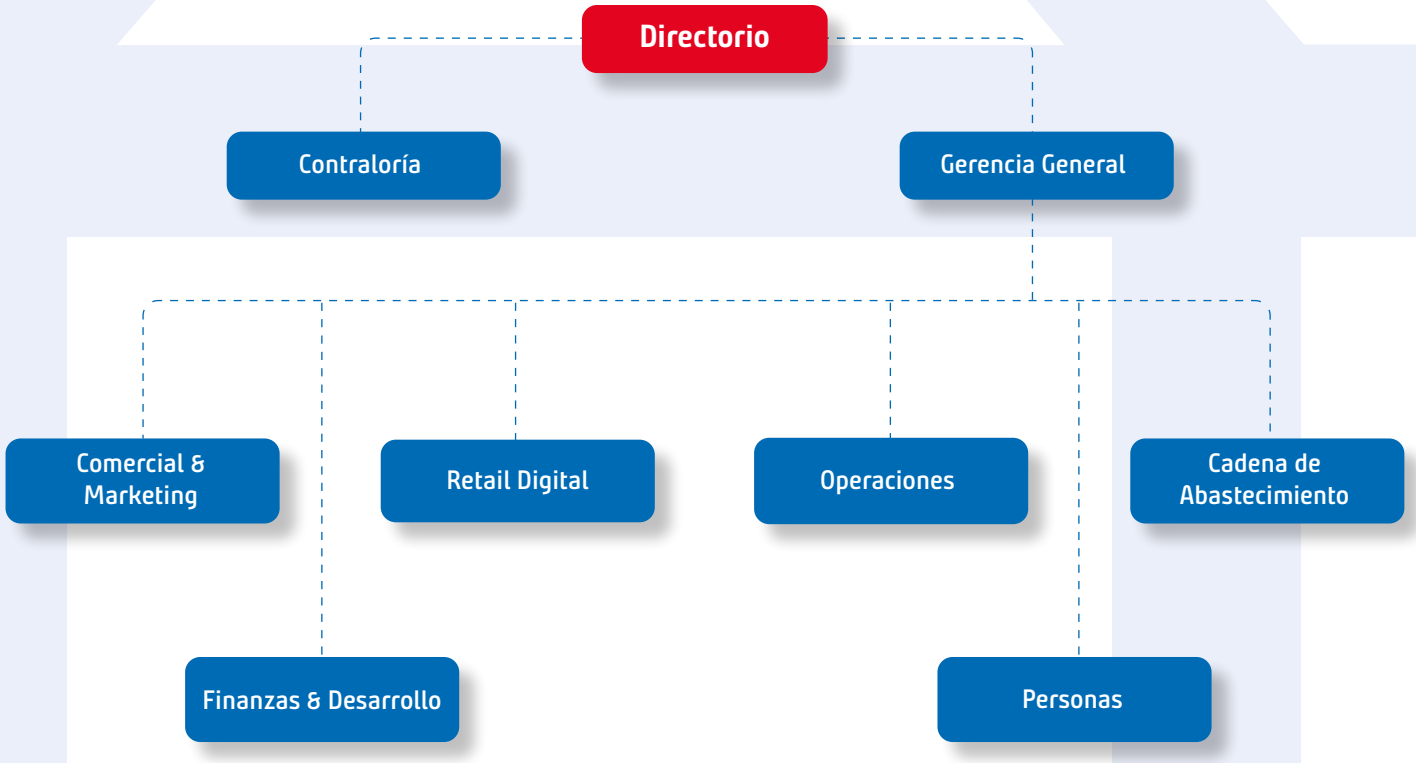
(2-9; 2-13)

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

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

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

Organigrama organizacional



Comité Ejecutivo Corporativo

(al 31 de diciembre de 2023)

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

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

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

Andrea Carvallo Montes
Gerenta Corporativa de Personas
Ingeniera comercial
Rut: 10.321.899-3
Fecha de nombramiento: 1 de marzo de 2021

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

Francisco Javier Pirozzi Jabat
Gerente Corporativo de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Civil Industrial
RUT: 10.971.697-9
Fecha de nombramiento: 1 de octubre de 2023

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

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

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

Comité Ejecutivo de Sodimac Chile

(al 31 de diciembre de 2023)

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

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

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

Claudia Castro Hruska
Gerenta de Personas
Ingeniera Comercial
Rut: 9.122.599-9
Fecha nombramiento: 1 de octubre de 2014

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

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

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

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

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

Francisco Javier Pirozzi Jabat
Gerente de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Civil Industrial
RUT: 10.971.697-9
Fecha de nombramiento: 14 de febrero de 2020
(Fue reemplazado el 1 de enero de 2024 por Patricio Díaz Ugarte)

Movilizando a los líderes

(2-19)

El sistema de incentivos es una herramienta que busca alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos definidos. Éstos reciben bonos de retribución de acuerdo con el cumplimiento de metas económicas y vinculadas a materias ambientales y sociales específicas. Sodimac incorpora en las compensaciones variables de los gerentes generales y sus equipos ejecutivos de todas las unidades de negocio los resultados del Índex de Sostenibilidad, que mide anualmente los avances en la gestión de sostenibilidad en las dimensiones económica, social y ambiental.

La plana gerencial de Sodimac S.A. y filiales, compuesta por gerentes de comité ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios, recibió durante 2023 remuneraciones e incentivos que alcanzaron M$27.001.425, mientras que en 2022 esta cifra sumó M$30.949.852. Por su parte, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos ascendieron a M$2.580.111 en 2023 y a M$602.651 en 2022.

Más información en la Memoria Financiera de la empresa.

Ranking Merco Responsabilidad ESG

En 2023, Sodimac se mantuvo en el primer lugar del sector retail y mejoró tres puestos en el ranking general, alcanzando el 8° lugar entre las Empresas Más Responsables en términos ESG de Chile, según Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa). Este estudio evalúa criterios medioambientales, sociales, de ética y gobierno corporativo y es verificado a través de una revisión independiente por parte de KPMG, de acuerdo con la norma ISAE 3000.

Los resultados se basaron en un total de 33.563 encuestas realizadas entre agosto de 2022 y abril de 2023 a trabajadores, consumidores, directivos de empresas, expertos en sostenibilidad, analistas financieros, periodistas, representantes de gobierno, ONG, sindicatos, asociaciones de consumidores, medios digitales e influencers. También se analizaron las políticas de cada una de las empresas en los ámbitos evaluados para elaborar el ranking.

Ética y Derechos Humanos

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

Marco ético

La valoración y consideración de la persona humana, su dignidad y derechos fundamentales se sitúan en la base del accionar corporativo. La empresa desarrolla su negocio según valores y principios éticos y un rechazo absoluto a prácticas de corrupción.

También busca instalar y fortalecer mecanismos que salvaguarden el respeto de los Derechos Humanos (DD.HH.) en cualquiera de sus dimensiones. Frente a un eventual impacto de sus decisiones en los DD.HH. de sus principales públicos de interés, la compañía tiene los siguientes protocolos de mitigación, prevención y remediación:

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

Programa de Integridad Corporativo

(2-25)

Sodimac cuenta con un Programa de Integridad Corporativo que identifica, previene y aborda eventuales situaciones que contravienen los valores de la empresa. El sistema busca prevenir fraudes, conflictos de interés y abusos de poder, entre otras conductas ilícitas, e incorpora las variables contempladas por la Ley 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas en caso de delitos (soborno nacional e internacional, lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y receptación, entre otros) y sus modificaciones posteriores.

También contempla una plataforma web y un canal de contacto directo para recoger denuncias y consultas, garantizando la confidencialidad del emisor, la investigación y una apropiada solución. El anonimato y la no represalia al denunciante y a todos quienes participen en el proceso investigativo, son principios fundamentales de este canal. El modelo contempla representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía, incluyendo al directorio, y asegura una adecuada investigación de cada hecho denunciado, su registro y la información de sus resultados, resguardando siempre la debida confidencialidad.

BH Compliance -entidad autorizada por la CMF- certifica la implementación, administración y supervisión por parte de Sodimac de un modelo de prevención de delitos orientado a prevenir las infracciones señaladas en la Ley 20.393. La compañía cuenta con protocolos internos para abordar los diversos delitos que han sido incorporados a esta ley, entre los cuales se encuentran los delitos relativos al Control de Armas, Trata de Personas, Delitos Informáticos y Sustracción de Madera.

La empresa está trabajando en actualizar el Modelo de Prevención del Delito conforme a la nueva estructura instaurada por la Ley 21.595 sobre Delitos Económicos, lo que significa un trabajo de nueve meses que considera diagnóstico, levantamiento de información incluyendo entrevistas con las áreas más expuestas y evaluaciones de riesgo, tarea que concluirá en 2024.

CÓDIGO DE ÉTICA

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

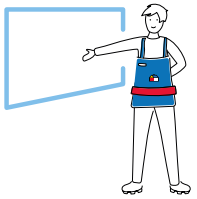
ESTRUCTURA DE APOYO

PLATAFORMA DE INTEGRIDAD
para trabajadores y proveedores

www.eticaccion.cl

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

SOCIALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN



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

TRABAJADORES

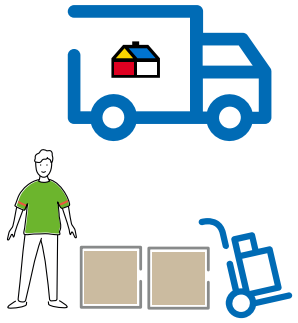
¿CÓMO FUNCIONA NUESTRA ESTRUCTURA DE APOYO A LA INTEGRIDAD?

Consulta o caso de integridad → Consulta de integridad → Orientación por parte del consejero de integridad o Respuesta a través del Canal de Integridad → La persona toma una decisión informada

Caso de integridad (Denuncia) → Solicitud de antecedentes y análisis de suficiencia → Información a gerentes relevantes según naturaleza del caso → Investigación → Análisis de hallazgos → No hay hallazgos: cierre/Si hay hallazgos: información a las áreas pertinentes y jefatura directa para definir medidas → Seguimiento al cumplimiento de medidas

PROVEEDORES

TRANSPARENCIA COMERCIAL SODIMAC



La empresa tiene una serie de normativas éticas y procedimientos de control:

· Código de Ética (EticAcción):

Sodimac se rige por un Código de Ética, actualizado en 2021, donde se exponen claramente los derechos y obligaciones de cada integrante de la organización.

· Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad:

Contiene los principios que rigen a todo el personal en términos de conducta ética, derechos y obligaciones, confidencialidad, seguridad laboral, probidad, relaciones con autoridades y la comunidad, entre otros.

· Manual de proveedores:

Las relaciones de Sodimac con sus proveedores se desarrollan en un marco de ética y transparencia, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el documento público Transparencia Comercial Sodimac (TCS). Este se enfoca tanto en la relación comercial como en las conductas y normas de operación responsable y de sostenibilidad con los proveedores, permitiendo un trabajo conjunto basado en reglas claras. La Contraloría de Sodimac es la entidad interna a cargo de garantizar el cumplimiento de este código y además los proveedores tienen acceso directo al Canal de Integridad de la empresa. El texto completo del TCS se puede descargar en www.sodimac.cl.

· Canal de Integridad:

(406-1)

Los trabajadores y otros grupos de interés disponen de una plataforma web, que funciona las 24 horas del día, donde pueden formular denuncias o consultas sobre temas de integridad, garantizando la confidencialidad, la investigación de cada caso y una adecuada solución. Los trabajadores también pueden conversar directamente con un consejero de integridad, función que desarrollan los asistentes sociales de la empresa, quienes fueron especialmente capacitados para asesorarlos y canalizar sus inquietudes y denuncias.

Cultura de Integridad

Cada dos años se aplica una encuesta que permite conocer la percepción de los trabajadores sobre la cultura de integridad al interior de la empresa y la efectividad de los esfuerzos llevados a cabo, midiendo elementos como la participación en capacitaciones sobre ética, el conocimiento de los valores corporativos y de instrumentos como el canal de denuncias. Los resultados se utilizan en el proceso de mejora continua.

La plataforma web de denuncias y consultas opera de manera externa a Sodimac y de forma común para las empresas de Falabella, reforzando de esta manera la imparcialidad, la objetividad y la confidencialidad. Se entrega información estadística de este canal al menos semestralmente al directorio y trimestralmente al comité de riesgos. También la analiza el Comité de Ética y Cumplimiento.

En 2023, está plataforma web recibió 334 contactos (consultas y denuncias) respecto a comportamiento inapropiado, acoso laboral, acoso sexual, conflictos de intereses, infracciones a la normativa interna de regalos e invitaciones y discriminación, entre otros.

Las consultas o denuncias se clasifican en "éticas" y "no éticas". Entre las primeras, en el año se presentaron 226 denuncias, de las cuales 74 se encuentran cerradas arrojando el resultado de "no aprobados" y 56 fueron acreditadas.

Nº Contactos Canal de Integridad	2021	2022	2023
Total	**453**	**410**	**334**

Fuente: Sodimac.

Año 2023	Cantidad	Abiertas	Cerradas	Con medidas adoptadas
Consultas	15	0	0	0
Denuncias	319	0	230	56
Total	**334**		**230**	**56**

Fuente: Sodimac.

Medidas adoptadas por situaciones de integridad

(205-3)

Temas Denunciados 2023	Desvinculación	Retroalimentación	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Plan de trabajo	Capacitación	Traslado	Declaración del conflicto	Administración del conflicto
Acoso laboral	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Comportamiento inapropiado	0	31	2	0	8	0	1	0	0
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	2	0	1	0	0	0	0	0	0
Conflicto de interés	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Discriminación	0	2	0	0	0	0	0	0	0
Faltas a la verdad	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fraude interno	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infracciones a la normativa interna	1	1	0	0	0	1	0	0	0
Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Temas laborales con connotación ética	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Uso incorrecto de los bienes de la compañía	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Acoso sexual	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Violación de confidencialidad.	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Total	**4**	**36**	**6**	**0**	**8**	**1**	**1**	**0**	**0**

Fuente: Sodimac.

Gestión de riesgos y cumplimiento

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

Sistema de gestión de riesgos

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

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

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

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

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

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

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

Política de Conflictos de Interés

(2-15)

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

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

También se lleva a cabo un intercambio de mejores prácticas con las diferentes empresas del grupo Falabella, para contar con una visión más amplia de los riesgos o situaciones que pueden afectar a la organización.

Debida Diligencia en Derechos Humanos (DD.HH.)

(2-12; 412-1)

En el marco de su compromiso con los Derechos Humanos (DD.HH.), Sodimac continuó gestionando sus riesgos e impactos en esa materia. Durante 2023, se avanzó en realizar un segundo proceso de Debida Diligencia, que incluyó la participación de la oficina comercial en China. En este proceso, que concluirá en el primer semestre de 2024, se actualizaron los riesgos y controles, y se volvieron a identificar aquellos impactos que la actividad de la empresa puede generar en sus grupos de interés. Estos riesgos actualizados se incluyeron en la matriz de riesgos con sus correspondientes controles de prevención, mitigación, plazos y responsables.

Además, Sodimac siguió colaborando en las iniciativas de mejora continua en debida diligencia que se realizan en el país, fundamentalmente a través de su participación en Red Pacto Global Chile.

Durante el año la empresa continuó reforzando su compromiso con el respeto y promoción de los DD.HH., aprovechando el Día Internacional de los Derechos Humanos y la celebración interna de una semana de Derechos Humanos, para desarrollar diversas campañas de comunicación y difusión.

Acciones en materia de cumplimiento

(206-1)

Se realizó una capacitación sobre la Ley 21.595 de Delitos Económicos a todo el Comité Ejecutivo (principales gerentes). En 2024 se terminarán de actualizar los riesgos de acuerdo con las exigencias de esa norma, estableciendo controles de prevención, mitigación y responsables.

Asimismo, se desarrollaron 19 capacitaciones online y cursos presenciales en temas de libre competencia, integridad corporativa, derechos de los consumidores, protección de datos y medioambiente, dirigidos especialmente a cargos expuestos determinados por la compañía. Entre estos cursos, cabe destacar los programas "Mi Cliente" y "Datos Personales", con formación en materia de derechos de los consumidores y protección de datos personales, respectivamente. En 2023 se dictó nuevamente un curso de libre competencia obligatorio para los colaboradores que participan en asociaciones gremiales. En el periodo, las capacitaciones a cargos expuestos alcanzaron a 942 personas en Sodimac Chile (sin incluir a su filial Imperial, donde se capacitó a otras 124).

Sodimac expone en el principal foro regional sobre empresas y DD.HH.

Sodimac participó en el VIII Foro Regional sobre Empresas y Derechos Humanos en América Latina y el Caribe, realizado en Chile en el mes de octubre y organizado por la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos y el Grupo de Trabajo de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

En esta ocasión el evento -el más importante que se lleva a cabo sobre estas materias en América Latina- se enfocó en la relación entre la agenda de las empresas, los derechos humanos y el derecho a un medioambiente sano. La compañía fue invitada a exponer por la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y su presencia fue aprobada por un panel de expertos integrado por la sociedad civil y representantes del sector público y privado.

Durante el encuentro, el gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento de Sodimac, Juan Carlos Corvalán, abordó la estrategia y acciones que impulsa la compañía, además del creciente aporte de las empresas al desarrollo sostenible y el respeto a los DD.HH. en cualquiera de sus dimensiones

Pacto Global reconoce a Sodimac por sus iniciativas en pro de los DD.HH.

El programa de Debida Diligencia de Sodimac para el respeto a los DD.HH. de sus grupos de interés fue destacado por Pacto Global Chile a través de sus Reconocimientos Empresariales Conecta 2023, que resalta iniciativas del sector privado que tienen un impacto positivo en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Al reconocer los esfuerzos desplegados por Sodimac en la categoría DD.HH., Pacto Global valoró que se trate de una política pública y transparente desarrollada de manera constante desde el año 2016. Se destacó, asimismo, que la empresa tenga procesos internos de Debida Diligencia con estándares de la OCDE y ONU, incorporados en sus procesos y matrices, para prevenir riesgos y resolver oportunamente situaciones que se pudieran presentar.

Pacto Global, iniciativa especial de las Naciones Unidas, premió programas y acciones concretas empresariales en siete categorías, las que fueron sometidas a un riguroso proceso de validación a cargo de un jurado de 38 especialistas de diferentes organizaciones.

Auditoría Interna

La Gerencia de Contraloría (Auditoría Interna) desarrolla un Plan de Auditorías que considera los riesgos relevantes del negocio, priorizando los de mayor impacto y probabilidad, el cual es aprobado por la Comisión de Auditoría.

Se aplica un modelo de auditoría continúa, empleando el sistema computacional "Panel de Control Remoto" y otros paneles de análisis de datos y visualizaciones, los cuales permiten detectar tempranamente cualquier desviación en procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. El mecanismo también opera en áreas como venta empresas, operación en tiendas, logística y venta a distancia, entre otras.

Si alguna de estas alertas amerita hacer una adecuación en el Plan de Auditoría o realizar una nueva auditoría, se realiza el ajuste y se comunica a la Comisión de Auditoría para su aprobación.

Asimismo, si en alguna de las unidades de negocio de Sodimac o del grupo Falabella, se detecta un riesgo relevante, esa materia también es auditada si corresponde en Sodimac Chile o en los otros países en donde se pueda tener ese riesgo.

Adicionalmente, para una alerta oportuna y periódica en el control de inventarios, se trabaja con un sistema denominado "Audistock", lo cual se suma a las auditorías de inventarios físicos efectuadas por el área en la totalidad de tiendas y bodegas de la compañía durante el año. En 2023, se incorporó una mayor cantidad de indicadores de auditoría continua, y se generó una mayor madurez del modelo con reportes y paneles de análisis de datos, lo que permitió un aumento en la generación de alertas oportunas de los riesgos operacionales, con lo cual se mitigan más oportunamente los riesgos asociados.

También se auditan de manera preventiva los distintos procesos relacionados a la participación de Sodimac en el ecosistema del grupo Falabella, tales como digital, logística, fidelización, pagos, financieros y normativos, entre otros. Sumado a lo anterior, se auditan los modelos preventivos que maneja la compañía respecto de la Ley N°20.393 y otros modelos, para verificar que estos sean efectivos y cuenten con los controles operacionales implementados.

Tras cada auditoría, se entrega a la Alta Dirección un informe con conclusiones y recomendaciones para cada caso, haciendo un seguimiento periódico hasta resolver la situación levantada, y documentando estas etapas en un sistema de auditoría denominado "Highbond".

La Gerencia de Contraloría reporta las situaciones de interés a lo menos trimestralmente a la Comisión de Auditoría de Sodimac Chile y se reúne con mayor frecuencia con el presidente de esta Comisión, cada vez que la situación lo amerita por los riesgos levantados. Igualmente, en forma semestral se efectúa una presentación al Directorio, con las situaciones relevantes de Sodimac a nivel regional.

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

En 2023, se efectuaron 281 auditorías planificadas y no planificadas, y auditorías remotas diarias, basadas en un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas, filiales y oficinas centrales, según el siguiente detalle:

Nº Unidades auditables	2021	2022	2023
Tiendas	78	74	75
Bodegas	28	30	30
Filiales (*)	3	3	3
Oficina de Apoyo	173	173	173
Total	**282**	**280**	**281**

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

Fuente: Sodimac.

Nuestros trabajadores

Nuestros trabajadores

A través de un proceso de mejoramiento continuo y bajo un marco de relacionamiento fluido y transparente, Sodimac procura atraer, formar y retener talento, potenciar el desarrollo laboral y calidad de vida de sus trabajadores y velar por su salud y seguridad.

Temas estratégicos

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

Hitos 2023

- Se implementó el Programa de Prácticas Profesionales, orientado a atraer talento joven, potenciarlo y darle oportunidades de crecimiento en el ecosistema del grupo Falabella.
- Se destinaron 467.131 horas en total a capacitaciones presenciales y online, brindando formación a 12.066 trabajadores de la empresa.
- La compañía retomó las Ferias de Capacitación para monitores de tienda, con cinco grandes áreas de formación dictadas de manera presencial, movilizando a 743 trabajadores.
- GPTW situó a Sodimac por segundo año consecutivo en la 5ª ubicación entre los "Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres". Además, por tercer año obtuvo la certificación de Human Rights Campaign, Fundación Iguales y Pride Connection que la reconoce como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento LGBTI+
- Se lanzó la plataforma de comunicación interna Viva Engage, que da a los trabajadores más oportunidades para generar un relato sobre su desarrollo laboral en Sodimac. En cinco meses, más del 53% de la dotación migró a esta red social.
- Como resultado de un esfuerzo sostenido en prevención, siguieron disminuyendo las tasas de accidentabilidad y siniestralidad.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Gestión de talento y desarrollo integral

Atracción de talentos

Para administrar de manera más eficiente sus procesos de búsqueda, la empresa utiliza la herramienta AIRA, un Applicant Tracking System (ATS) que permite una mejor comunicación con los candidatos y generar una mayor visibilidad (interna y externa) de las oportunidades laborales existentes en Sodimac y el grupo Falabella, promoviendo al mismo tiempo el desarrollo de carrera de los trabajadores. Con la ayuda de esta herramienta, durante el año se gestionaron distintas vacantes abiertas en la oficina de apoyo, tiendas y cadena de abastecimiento.

En el año se implementó el Programa de Prácticas Profesionales, con el objetivo de atraer a los mejores talentos jóvenes para potenciarlos y brindarles posibilidades de crecimiento dentro del ecosistema del grupo Falabella.

Adicionalmente, la empresa impulsa los programas Crece y Jóvenes Profesionales, iniciativas regionales a través de las cuales se puede seleccionar y desarrollar a profesionales y talento joven.

Formación y Capacitación

(404-1)

La compañía está comprometida con el desarrollo constante y el crecimiento laboral de sus trabajadores, generando una cultura de aprendizaje continuo, autoaprendizaje y uso de las herramientas digitales actualmente disponibles. Esto se traduce en programas de capacitación y promoción diseñados para fortalecer las habilidades y competencias de la dotación.

A lo largo del año, se destinaron 467.131 horas en total a capacitaciones, tanto en formato presencial como e-learning, ofreciendo oportunidades de desarrollo a 12.066 trabajadores de la empresa.

Horas de capacitación compañía		
Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2021	13.531	379.105
2022	15.741	576.659
2023	12.066	467.131

Horas de capacitación Sence		
Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2021	18.129	325.360
2022	9.052	554.620
2023	8.199	574.159

Fuente: Sodimac.

	2021			2022			2023		
Horas de Capacitación por cargo	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	13.009	3.633	9.376	15.702	5.338	10.364	6.509	2.157	4.352
Profesionales y técnicos	99.139	47.498	51.641	140.301	64.459	75.842	96.009	38.310	57.699
Otros colaboradores	266.957	102.988	163.969	420.656	177.719	242.937	365.976	166.102	199.875
Total	**379.105**	**154.119**	**224.986**	**576.659**	**247.516**	**329.143**	**467.131**	**206.569**	**261.925**

Fuente: Sodimac.

	2021			2022			2023		
Capacitación por género y cargo	N° Trabajadores	N° Mujeres	N° Hombres	N° Trabajadores	N° Mujeres	N° Hombres	N° Trabajadores	N° Mujeres	N° Hombres
Gerentes y subgerentes	408	111	297	388	116	272	420	144	276
Profesionales y técnicos	2.785	1.338	1.447	3.827	1.740	2.087	3.886	1.484	2.403
Otros colaboradores	10.338	4.252	6.086	11.526	4.765	6.761	7.813	3.743	4.071
Total	**13.531**	**5.701**	**7.830**	**15.741**	**6.621**	**9.120**	**12.066**	**5.343**	**6.724**

Fuente: Sodimac.

Durante 2023, Sodimac Chile continuó fortaleciendo el desarrollo integral de sus colaboradores mediante diversas iniciativas centradas en la formación y el bienestar. Entre las principales acciones destacadas, se produjo un aumento de los cursos presenciales en la Región Metropolitana y agrupaciones de tiendas en regiones, lo que permitió alcanzar a un número significativo de trabajadores.

Además, se desarrolló e implementó el plan de formación (cursos y proyecto monitor) por agrupación de las categorías, con el objetivo de optimizar el conocimiento y desempeño de los colaboradores.

Asimismo, se organizaron Ferias para los Monitores de Categorías de Producto y Transversales, junto con la Certificación de Dimensionadores de todas las tiendas del país. Adicionalmente, se ofrecieron Cursos de Innovación (Upskill) para vendedores y jefes, los cuales ayudaron a mejorar sus competencias en un entorno de constante cambio. A esto se sumaron los talleres de habilidades blandas y de liderazgo para jefaturas, y la formación en la nueva plataforma Salesforce, enfocada en garantizar una mejor experiencia para el cliente.

OTEC Traineemac: entre las que más trabajadores forma en el país

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

Según los registros del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence), Traineemac se sitúa cada año entre las tres OTEC que más trabajadores capacitan en el país.

La seguridad y la sostenibilidad también fueron prioridades. Se llevó a cabo la certificación en el uso de madera FSC para los colaboradores y capacitaciones en el Sistema de Gestión de Energía. En cuanto a la salud, se impartieron los talleres de salud mental vía Teams, atendiendo el bienestar emocional de los equipos de trabajo.

Por otro lado, se continuó impulsando el aprendizaje de idiomas mediante la asignación de becas para cursos de inglés y becas de pre y postgrado que permiten seguir perfeccionando las habilidades, Además, se integró la Cápsula de Buen Trato, TEA, con el fin de promover ambientes laborales inclusivos y respetuosos. También se ofreció el Curso de Operativo en Tienda destinado a mejorar el desempeño operacional en cada uno de los establecimientos.

En lo que respecta a la Cadena de Abastecimiento, se implementó un nuevo proceso de Onboarding Cadena para facilitar la integración de los trabajadores.

En resumen, el 2023 fue un año de consolidación y avances significativos en la formación, bienestar y crecimiento de los trabajadores de Sodimac, con un enfoque integral que abarcó tanto el desarrollo personal como profesional.

En 2023, Sodimac Chile incrementó significativamente los cursos presenciales en la Región Metropolitana y en tiendas regionales, ampliando la formación a nivel nacional. Además, se logró la Certificación de Dimensionadores en todas las tiendas, mejorando la estandarización del servicio. En sostenibilidad, se certificaron colaboradores en el uso de madera FSC, reforzando el compromiso con la gestión responsable de recursos. También se implementaron capacitaciones en el Sistema de Gestión de Energía, impulsando la eficiencia energética en las operaciones diarias

Escuela de Excelencia Sodimac

La Escuela de Excelencia Sodimac forma profesionales del retail, con mallas curriculares enfocadas en materias que permitan un desarrollo laboral integral de los trabajadores de la empresa. Dependiente de la Gerencia de Personas, en sus programas destacan los cursos de gestión de proyectos, atención a clientes, venta de proyectos, gestión comercial en el piso de venta, productos, trabajo en equipo y legislación laboral.

La dotación también puede acceder a más de 65.000 cursos impartidos por la plataforma de aprendizaje corporativa Academia Falabella con contenidos específicos para las necesidades del negocio. También existe un programa de becas para complementar la formación, junto a programas de diplomados especiales dictados por reconocidos centros académicos.

Desarrollo Profesional

(404-2)

Planes de sucesión

El Plan de Sucesión de Sodimac busca reforzar el desarrollo de carrera de los trabajadores identificando, midiendo y ampliando las competencias laborales de quienes poseen el potencial de asumir cargos con mayor responsabilidad en tiendas al momento de abrirse procesos de búsqueda para cubrir posiciones clave.

Como resultado de este plan, en 2023 hubo cinco ascensos en total (dos hombres y tres mujeres): dos de jefaturas a subgerentes y tres de subgerentes a gerentes.

Como parte de uno de los proyectos implementados en tiendas durante 2023, adicional al Plan de Sucesión, 35 Jefes de Cajas (29 mujeres y 6 hombres), que cumplían con los requisitos y contaban con un buen desempeño, fueron promovidos al cargo de Subgerente de Tienda, con el objetivo de potenciar su desarrollo de carrera dentro de la compañía.

Concursos internos

(404-3)

La Compañía también privilegia la oportunidad de ascender dentro de la organización mediante concursos internos que permiten postular a un cargo en otra tienda, bodega o en oficina de apoyo. Las vacantes se abren para todos los colaboradores del Grupo. En 2023, se realizaron 684 procesos de esta naturaleza en todo Chile, con 290 seleccionados internos que cubrieron nuevas posiciones en la Empresa.

Año	Concursos internos
2021	1.568
2022	901
2023	684

Fuente: Sodimac.

Evaluaciones de desempeño

(404-3)

Anualmente, la empresa lleva a cabo un proceso de evaluación de desempeño en el que participa toda persona que lleve al menos tres meses trabajando en Sodimac. Se trata de un procedimiento estándar, con una única plataforma que mide las mismas competencias en todas las unidades a nivel regional, creando condiciones que permiten promover la movilidad interna entre negocios y países de manera equitativa.

En 2023, la cobertura ascendió a un 100% del total de los trabajadores evaluables en Chile, equivalente a 11.323 personas (57% hombres y 43% mujeres).

Para la plana ejecutiva, la empresa aplica procesos de Evaluación 360°, abarcando a 160 personas en el período (109 hombres y 51 mujeres).

Evaluación de desempeño Trabajadores evaluados			
Año	Mujeres	Hombres	Total
2021	4.225	6.752	10.977
2022	4.862	7.140	12.002
2023	4.834	6.489	11.323

Fuente: Sodimac.

En este ámbito, en 2023 se implementaron mejoras en el proceso y se acortaron los tiempos, con el fin de poder contar con los resultados y así poder hacer gestión durante el año. Asimismo, durante el ejercicio comenzó un trabajo en la Oficina de Apoyo (ODA) para buscar sinergias y homologar los procesos de evaluación.

Compensaciones

(202-1)

La política salarial privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con un sueldo de entrada igual o superior al mínimo legal oficial. Se fomenta la empleabilidad de jóvenes y la formación de profesionales del retail creando

En 2023 se dio continuidad al programa de "Plan de Sucesión de Tiendas" que busca detectar y desarrollar a personas con potencial para asumir cargos de gerencias y subgerencias. También se lanzó la segunda versión de "Crece", iniciativa regional para atraer y desarrollar a profesionales jóvenes.

puestos de trabajo orientados a menores de 30 años, en su mayoría recién egresados de educación media, sin capacitación ni estudios superiores, siendo esta su primera experiencia laboral.

Año	Salario mínimo país ($)	Salario inicial Sodimac ($)	Relación Sodimac vs país
2021	337.000	504.096	1,50
2022	400.000	598.333	1,50
2023	460.000	688.083	1,50

Sueldos brutos. Salario inicial Sodimac considera el sueldo mínimo del país más un 10% y la gratificación.

Fuente: Sodimac.

Cultura, clima laboral y calidad de vida

El clima laboral en Sodimac se gestiona bajo una mirada de responsabilidad compartida entre el equipo de Clima y Cultura, los gerentes, profesionales de Recursos Humanos y los trabajadores en general, reforzando continuamente el Sistema de Integridad Corporativa, potenciando plataformas de escucha, y promoviendo permanentemente los valores y principios éticos que orientan a la compañía.

La compañía cuenta con un equipo especializado en cultura y clima, que tiene la misión de respaldar y fomentar planes de acción dirigidos a mejorar el ambiente en los diversos lugares de trabajo. Una de sus principales actividades para recopilar información cualitativa son los llamados "Conversatorios de clima". Dirigidos por psicólogos de la empresa, son espacios seguros para dialogar con los diferentes equipos de trabajo y explorar prácticas que fortalezcan un entorno laboral positivo.

__40__ conversatorios realizados en 2023, con una participaron de __260__ empleados de tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo.

Este enfoque llevó, asimismo, a la realización durante 2023 de dos procesos clave para evaluar la cultura y el ambiente laboral en la empresa: la "Encuesta de Cultura" y los "Pulsos 2023". La primera es una herramienta para escuchar a los trabajadores y conocer aspectos como su compromiso e identificación con la empresa, y una evaluación del liderazgo, entre otros aspectos. Sus resultados son analizados por cada líder a través de la plataforma interna Qualtrics, permitiendo diseñar planes de acción específicos para cada área con el fin de mantener un buen entorno laboral. En complemento, para medir avances en materias específicas, durante el año se aplicaron encuestas más segmentadas denominadas Pulsos.

Conversatorios presenciales y virtuales

La empresa desarrolla los conversatorios virtuales "Aquí Estoy" y además conversatorios presenciales, a través de los cuales el gerente general y los gerentes de Operaciones y de Cadena de Abastecimiento se reúnen con distintos grupos de trabajadores para generar un espacio de confianza donde relatar experiencias, aclarar dudas y/o sugerir mejoras.

Viva Engage

Un hito de 2023 fue el cambio desde el que era el principal canal de comunicación interno, Workplace, a la plataforma Viva Engage, una herramienta que entrega mayores oportunidades para que cada trabajador de la empresa pueda generar su propio relato respecto a su desarrollo como empleado de Sodimac compartiendo experiencias, motivaciones, opiniones, momentos que consideren importantes en su día a día y buenas prácticas. La adaptación fue un éxito: en sólo cinco meses más del 53% de los trabajadores se convirtió en usuario activo de esta red social.

Los trabajadores, por su parte, también tienen un rol activo en estos ámbitos al formar parte de los "Comités de Cultura y Clima" en sus respectivas tiendas o centros de distribución, los que tienen por objetivo implementar iniciativas y ejemplificar las prácticas de camaradería al interior de la empresa.

__75__ comités de Cultura y Clima, compuesto por tres a cinco trabajadores de diversas áreas, con una participación total de __355__ personas en todo Chile.

Otras acciones de cultura y clima organizacional llevadas a cabo en 2023 fueron:

- En el marco de los focos de acción "Te Asesoramos", "Te Acompañamos" y "Juntos Construimos", se llevó a cabo un acompañamiento presencial y en línea en los lugares de trabajo que involucró un total de 45 conversaciones, en las que participaron en torno a 375 personas de las distintas regiones y segmentos de negocio en Chile.
- Durante este 2023, a los valores tradicionales de Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad que dan forma a la cultura organizacional de Sodimac, se sumaron los conceptos definidos a nivel corporativo para todas las unidades de negocio de Falabella: Somos Un Solo Equipo, Nos Movemos Ágilmente, Nos apasionamos por el Cliente y Cuidamos el Futuro.
- Se lanzó el programa "Reconocer es valorar lo que somos", que busca celebrar y destacar a los trabajadores cuyo desempeño cumple con los cuatro valores compartidos.
- Se migró a la plataforma de comunicaciones EDGE, sitio oficial para generar feedback de los trabajadores respecto a concursos, mejoras, temas preventivos, entre otros.

Durante 2023, se alcanzó un __62%__ de conocimiento de los valores corporativos del grupo Falabella entre los trabajadores de Sodimac, según la última Encuesta de Cultura.

749 trabajadores participaron en labores de voluntariado en 2023, utilizando 8.659 horas.

La encuesta de Clima GPTW fue reemplazada por una encuesta de cultura interna de la compañía, igualándose a todas las otras empresas del Grupo Falabella. Esto permite seguir haciendo seguimiento y trabajo focalizado en las distintas áreas con el objetivo de mejorar continuamente en los niveles de adhesión a la compañía. El eNPS (Employee Net Promoter Score) es un instrumento que mide el nivel de recomendación interno y es parte de la Encuesta de Cultura que se realizará también el próximo 2024.

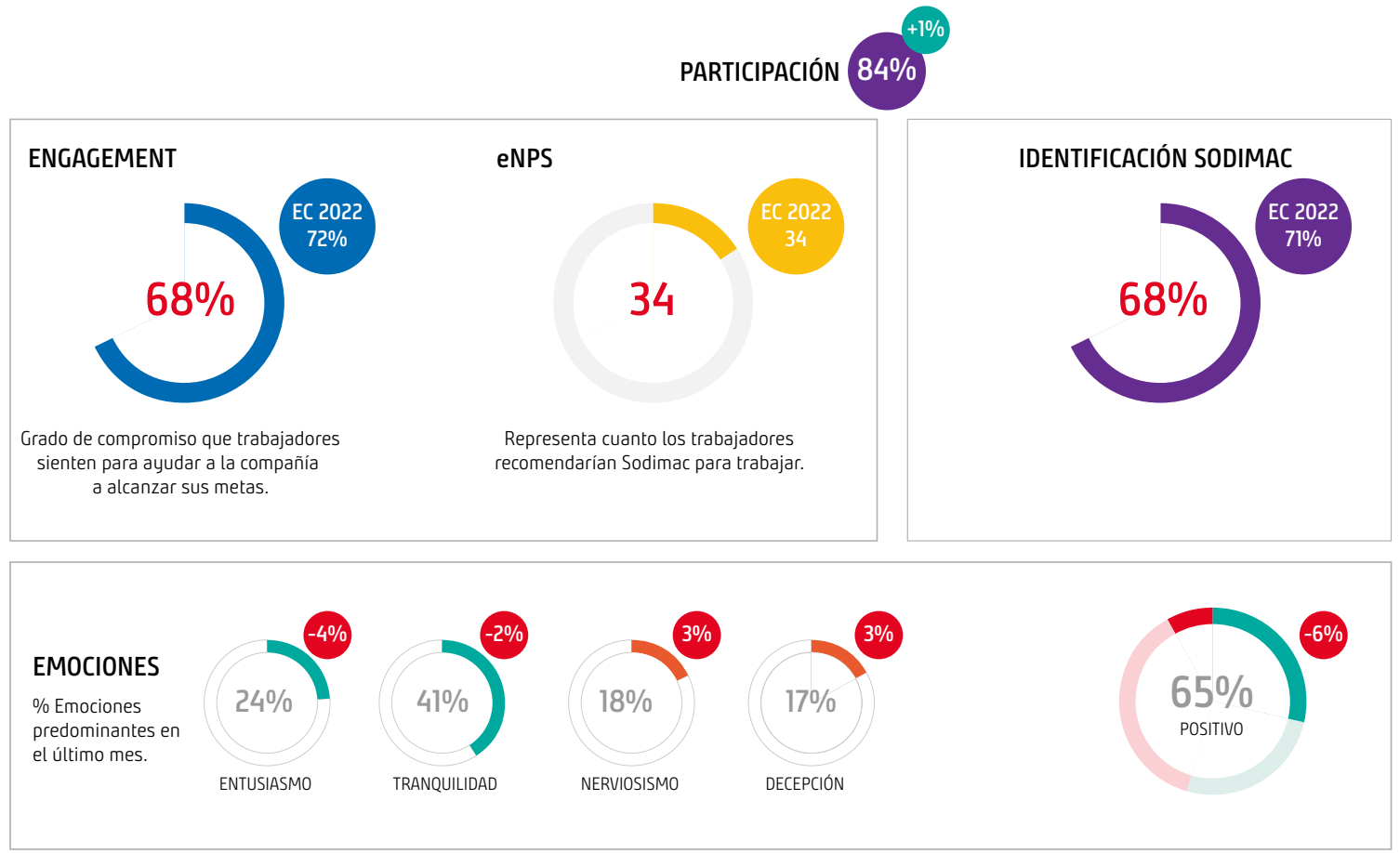
*El ranking de Merco Talento, que destaca a las empresas que mejor atraen y retienen talento personal, ubicó a Sodimac en su medición 2023 en el puesto **18** a nivel general y en el **segundo lugar** entre las empresas de retail.*

Voluntariado corporativo en Sodimac

Más de 4.000 trabajadores de Sodimac están inscritos en su programa de voluntariado "Construyendo Sueños de Hogar", quienes, durante 2023, se involucraron en la ejecución de 81 proyectos que ayudaron a mejorar la calidad de vida de aproximadamente 33 mil personas pertenecientes a comunidades vulnerables de Arica a Punta Arenas.

El programa permitió en el año intervenir espacios para adultos mayores y personas con discapacidad o en situación de calle; reparar salas de clases y patios de escuelas y jardines infantiles, e infraestructura de entidades de salud, bomberos, clubes deportivos y juntas de vecinos, junto con crear huertos comunitarios y renovar plazas.

Resultados Sodimac Chile 2023



En paralelo, a través del programa "Nuestra Casa Contigo", voluntarios de la empresa (apoyados por maestros especialistas) acudieron a reparar los hogares de 54 de sus compañeros de trabajo y sus familias en distintas regiones de Chile a través de 73 intervenciones. Desde el lanzamiento de esta iniciativa en 2017 se han ejecutado 800 proyectos, impactando la calidad de vida de 513 trabajadores y sus familias.

Más información en Programa Vivienda de este capítulo y en el capítulo Compromiso con la comunidad de este reporte.

Calidad de vida

(401-2)

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

Principales programas

Orientación y apoyo social

El equipo de asistentes sociales de la compañía brinda acompañamiento, orientación y apoyo a las diferentes necesidades que presenten los trabajadores y sus familias a lo largo de Chile, incluyendo seguimiento y evaluación.

En 2023 se brindó apoyo a casos sociales presentados por 66 trabajadores, destinando aportes del Fondo de Bienestar que ascendieron a $19.238.667 millones.

Programa de Vivienda

Durante las postulaciones a subsidios habitacionales, se respalda a los trabajadores que buscan materializar el sueño de la casa propia ofreciendo asesoría y orientación sobre los beneficios estatales para obtener una vivienda. También se ofrece apoyo financiero, ayuda que en 2023 significó préstamos para facilitar este proceso a 45 personas.

Además, con el programa "Nuestra Casa Contigo", Sodimac aporta recursos económicos para proyectos de mejoramiento de viviendas de trabajadores en situación de vulnerabilidad, a lo que se suma la mano de obra de maestros y trabajadores inscritos en los programas de voluntariado corporativo. En el ejercicio, esta iniciativa benefició a 54 postulantes que cumplieron con los requisitos, concretándose 73 proyectos que consideraron principalmente arreglos en baños, cocinas, pisos, cielos, aislación y techumbres.

Programa de Salud

(403-6)

El cuidado de los trabajadores y familias fue prioritario, implementando distintas acciones para su bienestar integral, entre ellas, programas para incentivar el autocuidado y la salud mental, y la promoción de espacios laborales saludables.

Cabe destacar que la empresa brinda orientación a través de sus asistentes sociales sobre un uso correcto de los planes de salud y beneficios asociados. Por otro lado, existen dos convenios colectivos que permiten a la dotación optar a planes de salud exclusivos o con precios preferenciales en relación con su valor de mercado.

Los trabajadores, además, cuentan con un seguro complementario de salud, potenciado en 2023 con nuevos beneficios y campañas promoviendo la incorporación de quienes no contaban con esta protección. La póliza, que incluye a las cargas de los trabajadores y es cofinanciado por la empresa, cubre atenciones dentales, enfermedades catastróficas; telemedicina y un programa de kinesiología preventiva y tratamientos por medio de inteligencia artificial. Al cierre del reporte, 5.325 trabajadores titulares y 3.902 cargas se beneficiaban de este seguro.

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

Programa de Deportes

Sodimac incentiva actividades que fortalezcan la salud física y mental de las personas, una sana convivencia laboral, el clima interno y la estabilidad emocional. En ese sentido, en 2023 se organizaron a nivel nacional diferentes torneos de futbol, tenis de mesa, pádel, trekking y se efectuaron clases de yoga, entre otras acciones que beneficiaron a 137 trabajadores. A esto se sumaron diversas actividades deportivas online.

Actividades deportivas online	2021 (online)	2022 (online)	2023 (presencial)
Cápsulas pausas activas y rutinas de entrenamiento	128	58	125
Clases en línea	413	121	12

Fuente: Sodimac.

Programa de Flexibilidad Laboral

Para compatibilizar la vida personal con la laboral, la empresa pone en práctica los siguientes pilares:

- Flexibilidad horaria: El trabajador que no está en la operación de tiendas y centros de distribución puede optar por tres alternativas de horario, eligiendo el que más le acomode, siempre que sea compatible con sus funciones.
- Lugar de trabajo: Permite escoger la modalidad de trabajo a distancia, siempre que lo permitan el cargo y las herramientas necesarias para sus labores.
- Tiempo libre: Da la oportunidad de solicitar permisos sin goce de sueldo para usarlos según la necesidad a través de estas modalidades: dos bloques de cinco días hábiles, o un permiso de hasta tres meses.

Otro beneficio es el programa "Más Días Libres", que considera tres opciones:

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

Principales Beneficios (M$)	2021	2022	2023
Bono de vacaciones	4.520.790	5.743.870	6.189.220
Antigüedad y permanencia	981.068	1.391.664	1.456.669
Bono de asistencia	3.145.643	3.792.033	4.195.375
Aguinaldos	1.815.636	2.104.840	2.005.524
Sala cuna	489.445	595.128	747.689
Beneficios por traslados	4.734.093	4.593.309	4.014.814
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	877.239	1.017.702	1.210.457
Eventos corporativos	1.272.837	1.173.122	1.282.130
Casino y colación	9.892.430	13.470.094	13.483.169

Fuente: Sodimac.

Reconocimientos y otras actividades

La empresa impulsa cada año instancias de reconocimiento y camaradería que forman parte importante de la cultura corporativa, destacando entre ellas:

- Ceremonia de Inicio de Año, donde se da un puntapié inicial que permite a la dotación estar más conectada y alineada con la estrategia y desafíos de la empresa.
- Reconocimiento a la Excelencia Máxima, que destaca a quienes han sido seleccionados como los mejores trabajadores, tanto en desempeño como en actitud.
- Programa de Reconocimiento: que destaca y premia de forma mensual y trimestral a quienes generan un valor agregado en sus tareas.
- Encuentro de Voluntarios, que congrega a todos los Capitanes de Voluntariado, asistentes sociales y a quienes, en general, movilizan a la comunidad de voluntarios de la empresa y apoyan el Programa Construyendo Sueños de Hogar.
- Celebración del aniversario de la compañía, generando espacios de recreación y camaradería en cada lugar de trabajo a lo largo de Chile.
- Reconocimientos a la Trayectoria, destacando el aporte de quienes cumplen 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 y 40 años ininterrumpidos de trabajo en Sodimac.
- Fiestas de Navidad, que se realizan en todo Chile, permitiendo a los trabajadores celebrar y disfrutar con sus hijos, quienes además reciben un regalo por parte de la empresa.

Diversidad, Equidad e inclusión

(405-1)

*A diciembre de 2023, el **44%** de la dotación total de Sodimac Chile correspondía a mujeres, quienes ocupaban el **33%** de los cargos de gerentes y subgerentes (29% en 2022). En tanto, la incorporación total de mujeres a cargos ejecutivos (sumando los casos de movilidad interna con los ingresos externos), fue de 19 entre un total de 34 casos, lo que corresponde a un **56%** (65% en 2022).*

La inclusión y la prevención de cualquier tipo de discriminación son ámbitos propios de la cultura corporativa de Sodimac. Desde 2015, la empresa cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación e implementa un proceso de gestión planificado y sistemático para generar condiciones que permitan ofrecer ambientes de trabajo sin exclusiones por factores distintos al aporte laboral.

Durante el ejercicio hubo un constante trabajo para fomentar espacios cada vez más inclusivos, equitativos y libres de discriminación, concretando diversas iniciativas en esa dirección, entre ellas, la presentación de una Política de Equidad de Género, que reafirmó el compromiso de Sodimac con el desarrollo igualitario de todos sus trabajadores, potenciando el talento y estimulando el crecimiento profesional y personal.

Además, se realizaron capacitaciones en terreno con jefaturas de tiendas y centros de distribución para reforzar el protocolo contra la violencia de género -que aborda de forma concreta fórmulas de apoyo a trabajadoras que así lo requieran- y que todos en la dotación estén informados sobre esta herramienta.

Nuestros programas:

Equidad de género

(401-3; 405-2)

A comienzos de 2023 se introdujo formalmente en la organización una Política de Equidad de Género que, entre sus principios fundamentales, declara el compromiso de Sodimac con la igualdad de oportunidades, la no discriminación arbitraria y la conciliación entre trabajo y familia. En dicha línea, establece un sistema de remuneraciones que no distingue variables ajenas a las capacidades y potencialidades individuales, corroborado por la inexistencia de brechas salariales entre hombres y mujeres al interior de la empresa.

Además, con capacitaciones en terreno dirigidas a jefaturas de tiendas y centros de distribución, se enfatizó la importancia de reforzar el protocolo interno contra la violencia de género, de modo que todos los trabajadores estén informados sobre esta herramienta.

También se desarrolló la segunda versión del programa de mentorías "Vamos por más mujeres líderes", seleccionando en base a su potencial y desempeño a 11 mentees de tiendas, cadena de abastecimiento y Oficina de Apoyo, quienes, trabajando junto a sus mentores, potenciaron su liderazgo. El programa considera un Círculo de Aprendizaje, compuesto por cuatro participantes del año anterior que han destacado por su desarrollo de carrera y que en 2023 aportaron su experiencia al nuevo grupo de mentees.

Licencia postnatal/parental	2021	2022	2023
Mujeres	202	573	238
Hombres	3	2	2

Fuente: Sodimac.

Tasa de retorno al trabajo	2021	2022	2023
Mujeres	13%	71%	94%
Hombres	100%	100%	100%

Fuente: Sodimac.

Brecha salarial por género

(505-2)

Cargo, responsabilidad o función	Proporción del sueldo bruto de ejecutivas y trabajadores respecto de sus pares hombres
Gerentes y ejecutivos principales	11,9%
Profesionales y técnicos	-0,1%
Trabajadores	1,1%

Fuente: Sodimac.

Personas en situación de discapacidad

Sodimac tiene un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad que brinda oportunidades laborales dentro de la empresa a quienquiera que presente algún tipo de inhabilidad, ofreciendo condiciones para asegurar que, según su situación particular, pueda desempeñarse y tenga posibilidades de desarrollo en condiciones de igualdad.

La compañía en 2023 siguió reforzando estos protocolos con una serie de charlas en terreno dirigidas a las jefaturas de tiendas y centros de distribución, para generar mayor conciencia y facilitar la inclusión. Además, en la Cadena de Abastecimiento se conformó una célula de trabajo específica para impulsar la inclusión en los distintos centros de distribución, incluyendo talleres específicos para dar a conocer los beneficios de la acreditación y ofrecer apoyo para gestionar la credencial de los trabajadores que lo requieran.

También se participó activamente en ferias laborales inclusivas y jornadas organizadas por distintas fundaciones y empresas, presentando el modelo de inclusión de la empresa. A nivel corporativo, en tanto, se generó un curso e-learning para capacitar de manera transversal a toda la dotación en temáticas específicas de discapacidad.

*A diciembre de 2023, Sodimac sumaba en su personal más de **156** trabajadores activos con alguna discapacidad. Con esta cifra, la empresa superó el mínimo de un 1% de personas con inhabilidades dentro de la dotación total que exige la Ley 21.015 sobre inclusión laboral eficaz de las empresas.*

Sodimac aplica criterios de selección inclusivos para todos los puestos de trabajo que se abren en su interior. En consecuencia, ajusta sus procesos de reclutamiento para que cualquier persona participe en igualdad de condiciones. Además, durante la inducción de quienes se incorporan a la empresa se incluye un módulo de diversidad e inclusión, de manera que desde un inicio los trabajadores estén alineados con los principios corporativos y contemplen estas materias en su gestión.

Diversidad sexual

La diversidad sexual es otro de los ejes importantes de trabajo, desarrollado a través de iniciativas como la participación de Sodimac (en calidad de empresa mentora) en el programa Pride Connection, que busca acortar la curva de aprendizaje compartiendo buenas prácticas LGBTI+ en las organizaciones.

También mantiene activas las plataformas Comunidad LGBT+ y Aliados en Viva Engage, lo que permite durante el año generar y difundir contenidos, con el aporte del equipo de embajadores de tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo. La compañía, además, posee un protocolo de transición de género, que se activó en siete ocasiones a lo largo de 2023, dando cuenta de una cultura cada vez más abierta y en la que cada persona puede ser auténtica.

Asimismo, como todos los años, en junio la empresa celebró la Marcha del Orgullo, organizando diversas actividades para desarrollar al inicio de la jornada en cada una de sus instalaciones durante ese mes.

Sodimac obtuvo nuevamente la certificación de Human Rights Campaign, Fundación Iguales y Pride Connection que la reconoce como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento LGBTI+, y por cuarto año consecutivo se consolidó como compañía mentora y referente en la inclusión de talento diverso.

CEOs por la Inclusión

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

La compañía fue una de las 41 compañías firmantes al momento del lanzamiento de esta alianza, en diciembre de 2021, que promueve nueve compromisos, entre ellos la creación o fortalecimiento de las gerencias y CEOs en el Comité de Diversidad e Inclusión de las empresas, dado que el liderazgo es un factor fundamental en la implementación de cambios organizacionales que favorezcan la participación laboral de personas con discapacidad.

*Al cierre de 2023 trabajaban en Sodimac **819** personas senior, distribuidas de manera similar al resto del personal, equivalentes al **6,4%** de la dotación total.*

Interculturalidad

A diciembre de 2023, un 5,9% de la dotación estaba conformada por trabajadores migrantes, provenientes de 15 nacionalidades distintas. Sodimac aborda esta temática a partir de un enfoque basado en el respeto y la igualdad, valores que inculca a través de un Manual de Contratación de Personas Migrantes y Comunicación Intercultural.

Generación senior

La empresa valora el aporte de distintos grupos etarios promoviendo la contribución de trabajadores de 60 años o más, quienes, con su experiencia laboral y vital, refuerzan el clima laboral y los estándares de servicio. Estas personas realizan diversas funciones de acuerdo con su experiencia y conocimiento, incluyendo cargos de jefatura y operativos, vendedores, vendedores expertos y roles administrativos, entre otros.

Proyectos sociales y de reinserción

Otro eje de trabajo es el aporte a la comunidad a través de alianzas con fundaciones, con Sodimac entregando herramientas de formación y abriendo posibilidades de empleabilidad. Es el caso de EMTP, un proyecto desarrollado con CPC e Inacap, cuyo enfoque es lograr que egresados de liceos técnico-profesionales alcancen su máximo potencial y tengan igualdad de oportunidades, aportando a la productividad del país y a la cohesión social.

Además, en 2023 se retomó la alianza con Proyecto B, organización que apoya la inserción socio laboral de jóvenes vinculados a Sename y al nuevo Servicio Mejor Niñez. En conjunto, se realizó un plan de formación presencial que capacitó a 12 jóvenes infractores de ley en habilidades blandas, técnicas y asociadas al negocio. El programa se desarrolló exitosamente en Sodimac Homecenter San Miguel y, gracias a ello, Sodimac fue reconocida con el Sello Transforma en la categoría "Premio Potencia".

Además, Sodimac fue invitada a participar en el ciclo de inclusión organizado por Acción Empresas, donde fue referente en temas de reinserción social.

Alianza con fundación Soymás

Desde 2019 Sodimac apoya el trabajo de Soymás, fundación que brinda apoyo a jóvenes embarazadas y madres adolescentes para que puedan sacar adelante sus proyectos de vida sin renunciar al mundo laboral. En el contexto, la empresa les ofrece prácticas en las tiendas, acompañándolas en el proceso de aprendizaje para potenciar sus habilidades, conocimientos y empleabilidad. Durante 2023, se realizaron dos programas de formación, uno para la sede Soy Más de La Pintana y otro en Renca, que incluyeron la participación en una feria laboral y recibir alumnas en práctica en dos tiendas de la empresa.

A partir de 2022, además, se ha implementado un programa con Soymás e Inacap para la capacitación e integración de mujeres jóvenes de la comuna de Renca, quienes realizan cursos con clases prácticas y teóricas que incluyen técnicas de atención a clientes, actitud, comunicación efectiva, venta de proyectos, operación logística y atención en cajas. Los talleres se complementan con visitas a tiendas y centros de distribución para que conozcan de manera más cercana la operación y forma de trabajo.

Hora Silenciosa (TEA)

En enero de 2023 se comenzó a trabajar en la Hora Silenciosa, iniciativa que busca reducir el impacto sensorial en las tiendas durante una hora y que nace como un proyecto piloto en Sodimac Homecenter Talagante por su experiencia directa con personas del espectro autista.

En junio se implementó en esta primera tienda y, dado el impacto positivo tanto en clientes como en trabajadores, se trabajó a lo largo de todo el año para completar en diciembre 22 tiendas, entre Arica y Chiloé.

Cada miércoles de 13:00 a 14:00 horas, las tiendas eliminan el sonido ambiente y bajan la intensidad de sus luces. Además, se habilitó una "Zona Tranquila" en el área de Jardín y se cuenta con cajas preferenciales para la pronta atención de nuestros clientes del espectro autista. Uno de los puntos más importantes, es que se capacita al 100% de la dotación de la tienda y se cuenta, además, con un coordinador en caso de que se requiera asistencia. En definitiva, la Hora Silenciosa es más que una pausa tranquila en la rutina: es un compromiso tangible con la creación de entornos inclusivos y respetuosos.

Para el año 2024 se ha planificado la ampliación y profundización de este programa a otras tiendas del país.

Prevención y Seguridad

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

Cuidando a nuestros trabajadores

Guiándose por los valores corporativos y basados en la Norma ISO 45.001 sobre Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo que orienta el quehacer en esta materia, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) que establece como principio fundamental el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y la constante mejora de los respectivos estándares. En este sentido, la prevención de riesgos, la productividad y la venta se sitúan en un mismo nivel de importancia en los procesos internos.

Para reforzar esta cultura, la empresa organiza actividades para promover el liderazgo en prevención de accidentes personales y las enfermedades profesionales, apoyándose en los Expertos en Seguridad y Salud Ocupacional, los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS) activos en todas las instalaciones y en la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).

Adicionalmente, la compañía cuenta con la plataforma Woken–Reactive, utilizada para facilitar la evaluación en terreno de las condiciones en instalaciones y el inmediato envío de alertas al correspondiente líder de área cuando una brecha es detectada. De esta manera, se gatillan acciones que reducen la probabilidad de eventos no deseados en tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo.

En 2023 los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad de El Belloto, San Felipe, Reñaca y Los Ángeles fueron certificados en Nivel 1, "Inicial". El CPHS de la tienda Linares fue certificada en Nivel 2, "Intermedio".

En términos estadísticos, los principales logros de la alianza con la ACHS fueron:

- 10.267 trabajadores, el 81% de la dotación, logró mantener sus indicadores en "Cero accidente" y "Cero amago de incendio".
- 53% de los trabajadores cumplieron con el plan de capacitación en Seguridad y Salud Ocupacional.
- 8.852 hallazgos detectados por el Equipo de Monitoreo de Riesgos "OGP", lo que permitió mitigar riesgos del tipo eléctrico, incendio, seguridad física, trabajos peligrosos y de accidente de personas.
- 1.479 desviaciones detectadas y atendidas en proyectos de materias eléctricas y protección contra incendio, en conjunto con el equipo de Store Planning.
- 68 caminatas de Seguridad y Salud Ocupacional.
- 200 publicaciones se emitieron a través de la plataforma de comunicaciones EDGE, con 810 reacciones, entre otros indicadores.

Alianza estratégica ACHS-Sodimac

A través de una alianza estratégica con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) que se traduce en planes anuales de trabajo, Sodimac potencia una cultura preventiva interna de carácter integral enfocada en minimizar los accidentes y enfermedades laborales, mantener ambientes de laborales saludables y contar con una asesoría y apoyo constantes para el cumplimiento de los requisitos legales en estos temas.

Durante 2023, este vínculo se profundizó con la firma de acuerdo conjunto -liderado por las respectivas Gerencias Generales- para reforzar el cuidado a las personas, compromiso que a diciembre 2023 tuvo un avance de cumplimiento superior al 80%, restando concretar únicamente actividades de tipo administrativo que no influyen en el resultado.

Otro hito del año fue la participación del 100% de los profesionales "Expertos en Seguridad y Salud Ocupacional" de la empresa en un curso de certificación sobre estas materias en la plataforma ACHS.

Tasa de siniestralidad y accidentabilidad

(403-2)

Las políticas corporativas focalizadas en el cuidado de las personas y la promoción de una cultura preventiva han permitido reducir sistemáticamente la cantidad de accidentes laborales. En consecuencia, la tasa de siniestralidad de Sodimac figura entre las más bajas dentro de la industria del retail.

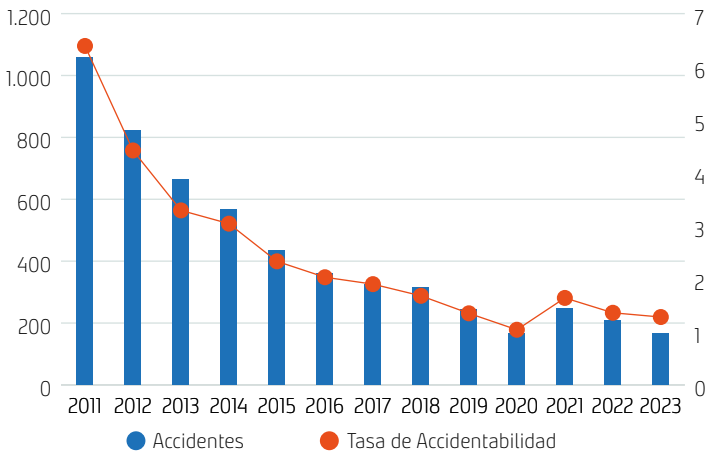
- 168 accidentes laborales, 12 enfermedades profesionales y 2934 días perdidos (por accidentes del trabajo y enfermedades profesionales), incluyendo los días de arrastre del año anterior, al cierre de 2023.
- 1,28% fue la tasa de accidentabilidad, cifra 7% menor a la de 2022, con 39 accidentes menos.
- 22% fue la tasa de siniestralidad, cifra 19% menor a la de 2022, lo que se traduce en una reducción de 1.154 días respecto al año anterior.

Zona o Región	2021			2022			2023		
	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales
Norte	541	40	1	380	29	12	374	31	1
Centro	158	21	1	254	19	1	242	21	1
Sur	1300	85	6	1207	83	8	512	45	3
RM	1371	98	3	1332	77	30	880	71	4
Hombres	2048	159	5	2420	144	34	1217	99	7
Mujeres	1322	85	6	753	64	17	791	69	2
Total (incluye días de arrastre)	**3985**	**244**	**11**	**3173**	**208**	**51**	**2008**	**168**	**9**

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

Fuente: ACHS

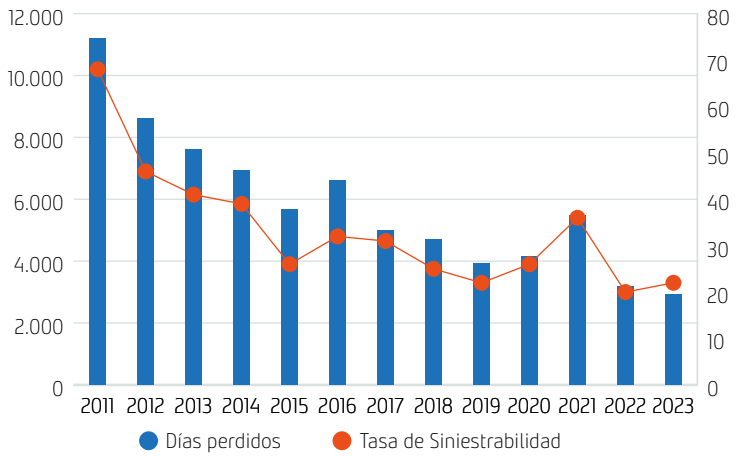
Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fórmula de cálculo: Nº de accidentes / Promedio de trabajadores x 100.

Fuente: ACHS

Días Perdidos y Tasa de Siniestralidad



Fórmula de cálculo: Nº de días perdidos / Promedio de trabajadores x 100.

Fuente: ACHS

Relación con los sindicatos

(2-30)

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

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

*Al cierre de 2023, en Sodimac Chile operaban seis sindicatos de empresa y un sindicato de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, que en conjunto representaban a **10.715** trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del **85%**.*
En 2023 no se desarrollaron negociaciones colectivas.

Trabajadores sindicalizados		
Año	Nº trabajadores	Porcentaje
2021	11.803	75%
2022	12.055	84%
2023	10.715	85%

Fuente: Sodimac.

Diálogo permanente

Entre marzo y diciembre de cada año, ejecutivos de la empresa se reúnen mensual o bimensualmente con las directivas de los distintos sindicatos. Esta iniciativa permite a los representantes sindicales plantear diversas inquietudes y la compañía también puede proveer información sobre materias relevantes.

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

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

Judicialización de causas laborales

En 2023 hubo 492 juicios laborales, canalizados por las instancias legales de la compañía. De ellos, 347 se han terminado y a la fecha existen 176 juicios vigentes.

Causas Laborales	
Año	Nº Juicios laborales
2021	216
2022	162
2023	492

Fuente: Sodimac

Formación Sindical

Sodimac brinda un programa de formación orientado a potenciar las habilidades de delegados y dirigentes sindicales. En 2023, se desarrollaron las siguientes capacitaciones en materia de legislación laboral y negociación colectiva:

- En septiembre, se dictaron cursos de Técnicas de Negociación Colectiva para el sindicato Nocesur.
- En noviembre, se realizaron cursos de Legislación Laboral y Negociación Colectiva para el sindicato Homecenter.

Subcontratación en Sodimac

(2-8)

Sodimac cuenta con una Unidad de Subcontratación que diseña e implementa políticas que garanticen que las empresas externas cumplan sus obligaciones laborales y previsionales, y que los trabajadores externos cuenten con adecuadas condiciones de trabajo. También realiza capacitaciones a las distintas áreas de la compañía sobre la legislación laboral vigente en materia de subcontratación y servicios transitorios, con el fin de promover la autorregulación y generar una relación equilibrada entre empleadores y dotación externa, previniendo demandas y multas por contravenir la normativa.

Durante el año 2023, en materia de subcontratación se recibieron un total de 239 demandas, de las cuales 143 concluyeron en el período y a la fecha existen 117 juicios vigentes el resto seguía en trámite al cierre del año.

En línea con la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados, la empresa se encuentra continuamente mejorando y revisando su sistema de control de acceso de personal externo, operativo en todas las instalaciones (tiendas, bodegas y centros de distribución). El nuevo sistema permite un mayor control de la documentación con la que debe contar el personal externo a fin de dar cumplimiento a la normativa imperante en materia laboral. En este sentido, el sistema realiza un control que permite el ingreso del personal externo de aquellas empresas contratistas y subcontratistas que han, previamente, ingresado en el sistema la información requerida.

Adicionalmente, esta unidad se mantiene constantemente revisando que la información otorgada cumpla con los criterios legales y contractuales a fin de prever responsabilidades derivadas de eventuales incumplimientos. Además, la unidad presta asesoría en materia de subcontratación y servicios transitorios a las distintas áreas de la empresa que lo requiera.

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

Subcontratación	2021	2022	2023
Empresas externas (*)	117	106	68
Nº de trabajadores (**)	7.202	6.283	5.062
Nº de fiscalizaciones	-	3	1
Nº de multas	-	3	0

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

(**) En 2023 la dotación estuvo compuesta por un promedio de 5.062 trabajadores subcontratados, de los cuales 2.980 eran hombres y 2.081 mujeres.

Fuente: Sodimac.

Nuestros Proveedores

Nuestros proveedores

Los proveedores son aliados estratégicos de Sodimac, con quienes se busca generar relaciones de largo plazo mutuamente beneficiosas a partir de reglas transparentes y políticas de gestión responsables.

Temas estratégicos

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

Hitos 2023

- Para ayudar a superar las difíciles condiciones económicas imperantes, se lanzó la iniciativa "Volver a Construir", a través de la cual se bajó y congeló los precios de más de 1.000 productos de la construcción y mejoramiento del hogar.
- El tradicional Encuentro de Proveedores abordó la necesidad de innovar, ser flexibles, fortalecer la omnicanalidad, buscar oportunidades de mejora en e-commerce y tiendas físicas, y avanzar en el desempeño ambiental de los empaques y embalajes de productos para cumplir con las exigencias de la ley REP.
- La política de pronto pago de Sodimac fue reconocida por la Asech y la Bolsa de Productos, posicionando a la compañía como el mejor pagador a pequeñas y medianas empresas en el sector comercio.
- En el marco de la política de revisiones preventivas de productos, se activó un proceso de recall para un modelo de estufas marca Wurden que, bajo ciertas condiciones, podía causar algún tipo de lesiones a los usuarios.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Gestión sostenible de la cadena de suministro

(2-6; 204-1)

La cadena de abastecimiento de Sodimac involucraba, al cierre de diciembre de 2023, a un total de 1.545 proveedores de productos y servicios, de los cuales 605 eran pymes. Con este conjunto de empresas se genera una relación enfocada en lograr una coordinación eficiente, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes.

Cada año la compañía selecciona los mejores productos disponibles local y globalmente entre fabricantes de confianza que se someten a estrictos controles de calidad, sobre la base de una estrategia de aprovisionamiento que considera:

- Precio
- Continuidad del proveedor y calidad y seguridad de su oferta
- Políticas de mejoramiento continuo
- Buenas prácticas laborales
- Ambientes de trabajo adecuados
- Uso de elementos de seguridad
- Respeto por las normas laborales nacionales e internacionales.

En 2023, el 81% de las compras de la empresa fue a proveedores en Chile y el resto a empresas de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

Participación en compra proveedores			
Origen	2021	2022	2023
Importado	21%	26%	19%
Nacional	79%	74%	81%

Fuente: Sodimac.

Un contexto desafiante

Diversos factores hicieron de 2023 un período complicado para los segmentos de negocio que desarrolla Sodimac, registrándose una caída en la inversión en el sector construcción y menores indicadores de consumo y ventas, entre otras variables.

Este escenario impactó en los ingresos de la compañía, que enfrentó la situación con medidas para fortalecer su gestión comercial y de operación, incluyendo acciones para generar tráfico en tiendas y mejorar la experiencia de los clientes. Además, se buscó aumentar la eficiencia, garantizar un abastecimiento oportuno en las tiendas, maximizar la rentabilidad de las superficies y agilizar los tiempos de despacho de las compras online, entre otras medidas.

En todas estas acciones no se perdió de vista la exigencia de cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes, foco que llevó a impulsar campañas comerciales de rebaja y congelamiento de precios que involucró un trabajo coordinado con los proveedores.

*La compañía comercializa más de **6.700** artículos y servicios con atributos sustentables, cifra que representa un **8.7%** de su oferta. La meta es elevar dicha proporción hasta el **30%** del total de productos a fines de 2026.*

Transparencia Comercial Sodimac

El trabajo coordinado con los proveedores permite responder a las necesidades y expectativas de clientes crecientemente informados y exigentes, dotados además de herramientas legales que protegen sus derechos. En consecuencia, se exige a la cadena de suministro:

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

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

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

Encuentro anual con proveedores

Sodimac realizó su tradicional Encuentro de Proveedores, que contó con una alta participación de empresas de diferentes tamaños y sectores. La actividad tuvo como foco profundizar la alianza entre Sodimac y sus proveedores para continuar desarrollándose en conjunto y apoyar a los clientes en un contexto difícil.

Durante el evento -que se hizo en formato presencial y remoto- se abordó la necesidad de innovar, actuar con flexibilidad y fortalecer la omnicanalidad, buscando oportunidades de mejora en e-commerce y tiendas físicas.

El encuentro premió a los proveedores destacados. Los ganadores por categoría fueron: Tecbolt ("Crecimiento"), Comercial Surchile ("Revelación"), Montana Colors ("Innovación"), Midea ("E-Commerce"), Lanco ("Apoyo en Tienda"), Bosch Herramientas ("Sodimac Media") y Forestal Yukon ("Sostenibilidad") por su rol en la certificación sustentable de la madera propia de Sodimac. Hubo un "Reconocimiento Especial a la Trayectoria" de Peter Lüscher, fundador de la compañía Isesa.

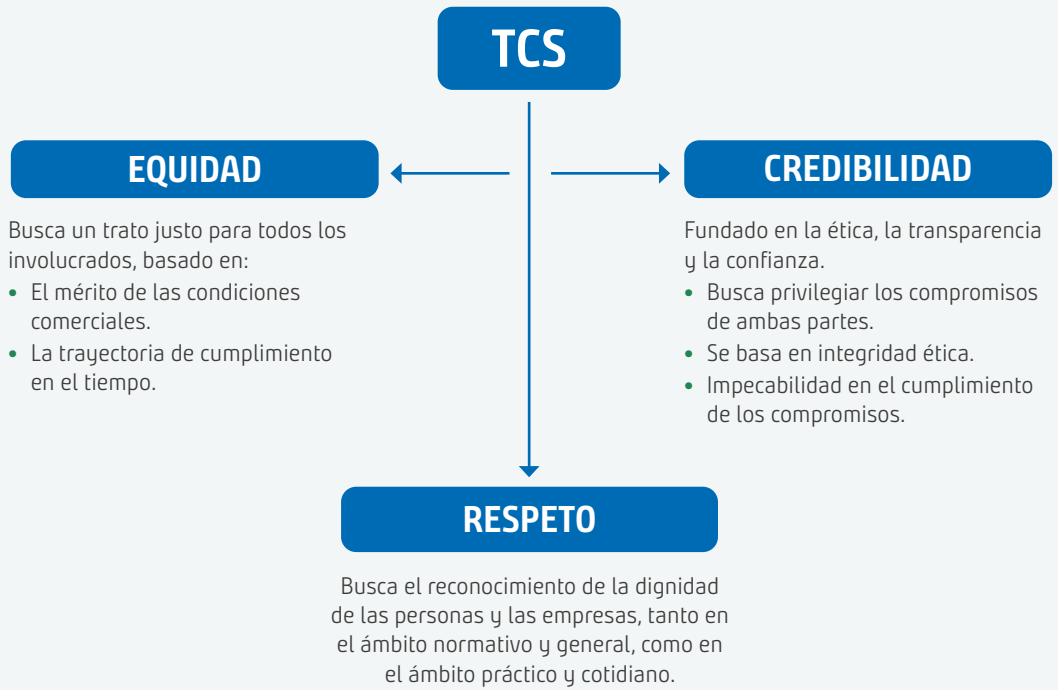
A la reunión, fue invitada además la fundación Cauce para exponer su labor en la creación de oportunidades a estudiantes secundarios vulnerables, por medio de la capacitación y prácticas en empresas.

Apoyando la reactivación del país

En sintonía con la compleja situación económica del país, en conjunto con sus proveedores, la compañía lanzó la iniciativa "Volver a Construir", a través de la cual bajó y congeló los precios de más de 1.000 productos diferentes para la construcción y el mejoramiento del hogar. La campaña tuvo como objetivo ayudar a que los maestros especialistas, Pymes, empresas de la construcción en general y los clientes hogar, retomen proyectos detenidos debido a las condiciones imperantes. Con ello, se buscó contribuir a reactivar sectores que son clave para la economía.

Pagos oportuno a Pymes

Para contribuir al desarrollo comercial, estabilidad y confianza de sus proveedores, la empresa tiene la norma de pagar a sus proveedores en un plazo no mayor a 30 días, especialmente a las Pymes. En 2023, la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y la Bolsa de Productos entregaron un reconocimiento a Sodimac como el mejor pagador a pequeñas y medianas empresas en el sector comercio, junto con Falabella Retail.



Más información en www.sodimac.com (nuestra empresa/proveedores).

Basada en estos protocolos -cuyo cumplimiento recae en la Gerencia de Contraloría de Sodimac- y en el compromiso corporativo con los Derechos Humanos, la empresa rechaza el trabajo infantil y descarta a proveedores que empleen niños. En 2023 no hubo denuncias o prácticas de esta naturaleza en la cadena de valor.

En 2023 no se recibieron denuncias sobre eventuales incumplimientos a las normas TCS, que hayan sido investigadas y concluidas dentro de este año, en la Gerencia de Contraloría. No hay investigaciones en curso relacionadas con lo anterior al cierre del ejercicio. Por otro lado, no se recibieron consultas en este canal durante el año señalado.

Evaluando a nuestros proveedores

(308-2; 414-2)

Sodimac tiene un programa de abastecimiento responsable gestionado según las pautas de la organización Supplier Ethical Data Exchange (Sedex), plataforma que permite a los proveedores autoevaluarse en temas de salud y seguridad de los trabajadores, libertad de asociación, respeto a los DD.HH., normas laborales, éticas y medioambientales; aplicar mejores prácticas en sus procesos, y administrar información relevante (certificaciones y/o auditorías) para compartir con sus clientes que también usen este instrumento.

Al cierre del ejercicio, había 749 proveedores inscritos con membresía activa en Sedex. Se evaluaron 192 proveedores en 2023, incluyendo estándares laborales, de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH. y medioambiente.

Total de Proveedores Evaluados SEDEX			
Origen	2021	2022	2023
Nacional	32	11	15
Importado	188	218	179
Total	220	229	194

Fuente: Sodimac.

Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

Sodimac solicita a sus proveedores firmar una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre temas de ética empresarial, DD.HH., salud y seguridad laboral, normas de selección de su propia cadena de valor, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. En 2023 suscribieron este compromiso 217 proveedores extranjeros y 199 chilenos.

Cuestionario para Proveedores (*)	2021	2022	2023
Total proveedores extranjeros	574	564	486
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	180	186	217

**Considera los proveedores activos durante varios años.*

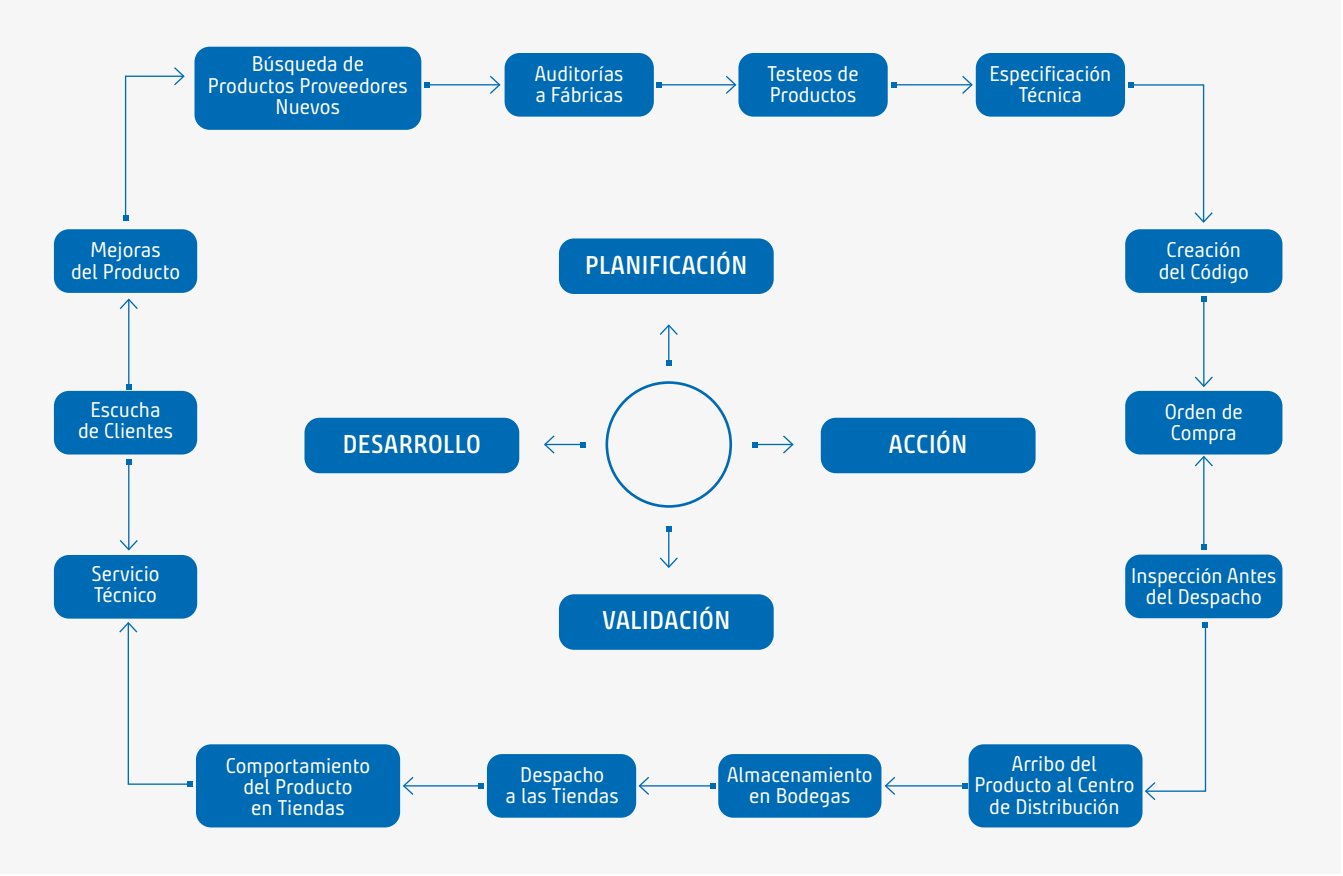
Fuente: Sodimac.

Calidad y seguridad de los productos

(416-1)

Sodimac enmarca su quehacer en políticas de comercio responsable y se preocupa de que cada producto que pone a la venta sea seguro y de una calidad garantizada, trabajando con los proveedores para asegurar que tengan los más altos estándares nacionales e internacionales. También trabaja en conjunto con las autoridades para cumplir las normativas y aportar con su experiencia para que el país tenga las mejores regulaciones.

Con el apoyo de firmas especialistas en evaluación, certificación y regulación se realiza una gestión de control de calidad de los productos desde su incorporación hasta la postventa, velando por la seguridad y confianza de los clientes.



Inspecciones locales e internacionales

(417-1)

La selección de la mercadería y el contacto con proveedores potenciales locales y extranjeros considera visitas a sus instalaciones para comprobar capacidades y solvencia. Sodimac, además, somete los productos a estrictos testeos de calidad a través de firmas especializadas que examinan la totalidad de los procesos de fabricación, asegurándose que cumplan las especificaciones exigidas por Control de Calidad en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque, paletizado y los requerimientos técnicos, componentes y características funcionales.

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

Inspecciones internacionales	2021	2022	2023
Asia	1.467	4.618	1.966
América	128	300	166

Fuente: Sodimac.

Proveedores inspeccionados	2021	2022	2023
Asia	175	173	206

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales			
Estado de la inspección	2021	2022	2023
Aprobado	228	259	290
Rechazado	14	16	9
Total	242	275	299

Fuente: Sodimac.

Testeo de productos

(416-1)

Todos los productos comercializados -en especial eléctricos, a combustión u otros que puedan representar algún riesgo para los clientes- pasan por estrictos controles de calidad a cargo de empresas especializadas, que los examinan tanto en las fábricas de origen como en postventa. Sodimac incentiva que los propios proveedores realicen testeos en instalaciones externas, para tener dicho respaldo al agregar un producto a su catálogo.

Entrega de Muestras

Revisión material técnico (fichas técnicas, hojas de seguridad, etc.)

Realización de ensayos comparativos, físicos, químicos y funcionales dependiendo del tipo de producto.

Preparación del informe técnico

Testeos de Productos	2021	2022	2023
Testeos de productos en Chile	2.418 unidades	2.401 unidades	2.478 unidades

Fuente: Sodimac.

Marcas propias y soporte técnico

Sodimac encarga a terceros la fabricación y etiquetado de productos de marcas propia, asumiendo una responsabilidad mayor en cuanto a exigencias de calidad, funcionamiento y postventa. La Gerencia de Calidad examina esta mercadería en las diferentes etapas de su ciclo de vida. En 2023 se brindó servicio técnico autorizado por Sodimac a 554 códigos o SKUs de estos productos, por medio de una red de 20 sucursales Tejocenter a nivel nacional.

Igualmente, ofrece un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de requerimientos para todos los productos de marca propia de grifería y los que funcionan con energía eléctrica o algún combustible. En 2023 se revisaron 15.409 productos de diversas categorías en el servicio técnico Tejocenter, autorizado por Sodimac para la administración de la postventa para estos productos marca propia.

En paralelo, funciona una red de módulos de soporte técnico en 70 tiendas de todo Chile, a cargo de especialistas que orientan al cliente en la puesta en marcha y mejor uso del producto adquirido, y lo derivan al área de servicio técnico de ser necesario.

Atenciones Módulo Soporte Técnico en Tienda	
2021	408.547
2022	301.530
2023	381.539

Fuente: Sodimac.

Laboratorio de experiencia de uso

La preocupación por asegurar a los clientes una buena experiencia de uso convierte a Sodimac en la única empresa chilena del sector retail que posee un Laboratorio Corporativo de Control de Calidad -certificado bajo la filosofía LEAN 5S-, destinado a probar la seguridad y funcionalidad de productos. La instalación cuenta con áreas de ensayos mecánicos, eléctricos, químicos y de materiales, junto a zonas de instalación, armado y aplicación. En 2023, este laboratorio interno evaluó 492 productos.

Retiro preventivo de productos

Sodimac aplica retiros preventivos (o recalls) cuando se detecta que el uso o manipulación de algún producto puede revestir algún riesgo para la seguridad de los clientes. Este protocolo fue activado en 2023 ante la detección de problemas de funcionamiento en un modelo de estufas marca Wurden comercializado entre febrero y mayo. Si bien no existían incidentes reportados, se detectó que bajo ciertas condiciones podía causar algún tipo de lesión a los usuarios. Se solicitó a los clientes que habían adquirido una unidad dejar de utilizarla y contactar a la empresa para coordinar su devolución y el reembolso del total pagado.

Año	N° total productos retirados	Costos asociados al retiro de productos
2021	0	0
2022	0	0
2023	801	$38.498.463

Innovación y apoyo a ecosistema emprendedor

Sodimac impulsa el ecosistema emprendedor, apoyando proyectos de innovación que le permitan cumplir las expectativas de los clientes y seguir creciendo de forma eficiente y sostenible. Con este objetivo, desarrolla alianzas comerciales con proveedores y startups con quienes comparte conocimientos y experiencias, habilitando además el acceso a tiendas y otras instalaciones para la cocreación y desarrollo de iniciativas piloto susceptibles de ser perfeccionadas en conjunto.

Venta Online Asistida (VOA)

En 2023 se consolidó la Venta Online Asistida (VOA) como un elemento diferenciador para entregar asesoría. Sodimac trabaja con la startup Videsk, con la cual se desarrolló un proyecto de asesoría experta a clientes a través de un servicio gratuito de videollamadas entregado vía web y App. El servicio de Venta Online Asistida es ejecutado por vendedores Sodimac que acompañan y guían al cliente en el proceso de selección, cotización, compra y resolución de dudas asociados a productos y servicios.

Este año se instalaron en tiendas tablets estáticas en pasillos de mayor necesidad de asesoría como alternativa de VOA para clientes que quieran activar una videollamada desde un tótem fijo.

Desde el lanzamiento de VOA en 2020, se han recibido más de 150.000 solicitudes de orientación sobre productos y servicios, proyectos de decoración, baño y cocina. En 2023 se gestionaron 59.521 atenciones, con un nivel de satisfacción entre los usuarios de 91%.

Analítica para un mejor funcionamiento en tiendas

En conjunto con la startup SumatoID, se desarrolló un proyecto que utiliza la tecnología de inteligencia artificial para el procesamiento de imágenes aprovechando el circuito de cámaras en tiendas. Esto permite obtener datos dentro de las tiendas físicas para generar acciones que mejoran la experiencia de clientes, generan eficiencia operacional y comercial, aumentan la productividad y disminuyen riesgos de operación en los puntos de venta. Durante 2023 se completó el despliegue en 15 tiendas Sodimac a nivel nacional, generando inteligencia de datos, aprovechando la capacidad instalada y el conocimiento de esta startup.

Geomarketing al servicio del cliente

Junto con la empresa MOCA, se implementó una plataforma de geomarketing para la personalización de una experiencia figital (integración del entorno físico y digital) con los clientes. Opera sobre la base de la APP Sodimac integrada a 384 balizas o beacons instalados en tiendas Sodimac a lo largo de Chile, que detectan y emiten señales a los dispositivos móviles. Se busca con ello lograr un mejor entendimiento del comportamiento y permanencia de los visitantes en las salas de venta, recogiendo información que ayude a brindar una mejor experiencia de compra entregando asesoría mediante VOA en los pasillos más complejos, comunicando ofertas y oportunidades, o bien, ofreciendo contenido relevante. De esta forma se genera una integración con distintas iniciativas de geolocalización a través de mensajería push en cajas, pasillos de especialidad, centro de proyectos o mesones de pintura.

Potenciando la experiencia de compra con IA

Para gestionar labores rutinarias y potenciar la experiencia de los clientes, Sodimac ha fortalecido el uso de una solución de Inteligencia Artificial (IA) desarrollada con la empresa Zippedi. El resultado es un robot -que los trabajadores bautizaron "Tito"- que opera en todas las tiendas Homecenter y Constructor del país automatizando procesos para detectar errores en los precios exhibidos, posibles quiebres de stock y recopilar una serie de datos por código de producto y área de la tienda. Esa información permite a los equipos contar al inicio de cada jornada con datos clave para organizar su labor diaria.

Gestión más eficiente de espacios en tiendas

Uno de los rasgos diferenciadores de Sodimac es estar en constante cambio para introducir innovación a todos sus procesos, siendo un atributo clave para mantener el liderazgo en el mercado. Todas estas mejoras están enfocadas en los clientes, que son la principal motivación de la empresa. Con el objetivo de detectar y resolver de la mejor forma los problemas y oportunidades del mercado, internamente se desarrolló una herramienta digital para mejorar la gestión de espacios en tienda, que permite identificar gráficamente atributos operacionales y financieros relacionados con la rentabilidad de las distintas categorías comerciales, lo que ha permitido diagnosticar y comenzar a realizar algunos ajustes basados en data, que buscan entregar una propuesta eficiente en el uso de recursos y de valor para los clientes.

Nuestros Clientes

Nuestros clientes

Sodimac posee herramientas de escucha en sus plataformas de atención que le permiten obtener información de primera fuente sobre las necesidades de sus clientes, lo que utiliza en procesos de mejora continua que buscan brindar una mejor experiencia de compra, una oferta de productos y servicios diferenciadora, y crecientes niveles de satisfacción.

Temas estratégicos

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

Hitos 2023

- Los niveles de servicio crecieron 10% respecto a 2022, con un alza de 11% en la velocidad de entrega a domicilio. Al cierre del año, el 45% de los despachos se materializaban en menos de 24 horas y un 61%, en menos de 48 horas.
- La inversión en soluciones tecnológicas en el principal centro de distribución permitió automatizar el 90% de los flujos internos y que el 60% de los despachos se realizara directamente desde las bodegas hasta el domicilio de los clientes.
- Se lanzó la plataforma online 100% gratuita ARQ, para que arquitectos, diseñadores y constructores puedan desarrollar su trabajo de manera intuitiva y cotizar con facilidad proyectos de arquitectura y diseño de interiores.
- Para apoyar y visibilizar a las personas del espectro autista, se puso en marcha la iniciativa "La Hora Silenciosa", por la cual los miércoles entre las 13:00 y las 14:00 horas en 19 tiendas se detiene la música ambiente, las grúas horquillas dejan de operar, baja la intensidad de la iluminación y se habilitan cajas exclusivas para la pronta atención de los clientes con esta condición. La iniciativa se seguirá extendiendo a más tiendas en 2024.
- Más de 120 mil clientes profesionales se capacitaron en el año a través del Círculo de Especialistas de Sodimac (CES) y la Gran Feria de Capacitación que la empresa organiza anualmente.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Experiencia de Compra

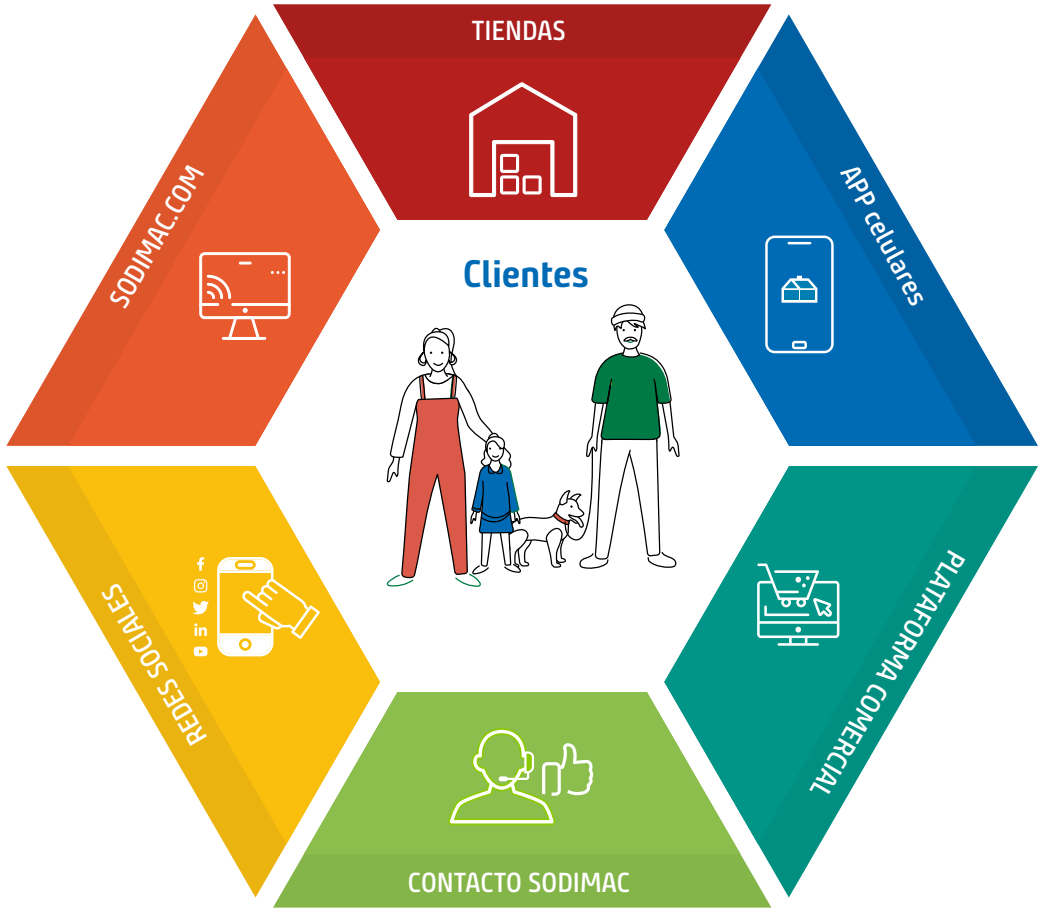
Sodimac concentra sus esfuerzos en brindar la mejor experiencia de compra a sus clientes a través de una estrategia omnicanal. Esto, en función de los cambios y oportunidades que introduce el proceso de transformación digital y la masificación del comercio electrónico en los hábitos de consumo.

Omnicanalidad y comercio electrónico

Sodimac Chile siguió construyendo tiendas, además de remodelar y actualizar los estándares comerciales y de operación en otros locales existentes a lo largo del país, buscando estar más cerca de los clientes y entregarles una mejor experiencia, con espacios de inspiración para hacer realidad sus sueños y proyectos de hogar.

En abril, se inauguró la primera tienda en la comuna de Maitencillo, la número 11 en la Región de Valparaíso y 74 del país.

La renovación de Sodimac Viña del Mar, ubicada en Mall Espacio Urbano, fue otro hito. La primera etapa del proceso de remodelación se inauguró en noviembre y la segunda fase concluirá en el segundo semestre de 2024. Cuenta con los últimos estándares comerciales y de operación, en una zona de la ciudad que se ha potenciado.



Adicionalmente, la empresa terminó de construir su segunda tienda en Puerto Montt para su apertura en enero de 2024. El local busca abastecer a los habitantes de la zona norte de esta comuna, de gran crecimiento habitacional durante los últimos años.

Se buscó seguir potenciando la estrategia omnicanal, incorporando los beneficios del mundo online a las tiendas en el "viaje del cliente" (customer journey), ya sea para compras, asesoría o inspiración. Este esfuerzo implicó inversiones en tecnología para brindarles una mejor experiencia física-digital, mejorando la conectividad wifi y cobertura celular, entre otras acciones.

La empresa consolidó el servicio de Venta Online Asistida (VOA) como un elemento diferenciador de asesoría en las tiendas, siendo una herramienta muy valorada por los clientes y trabajadores.

En e-commerce, la compañía fortaleció el servicio de despacho para el mismo día (same day delivery), logrando mejoras en los niveles de servicio de más del 10% con respecto al año anterior, así como un aumento del 11% en las velocidades de entrega a domicilio. Al cierre del año, el 45% de los despachos se realizaba en menos de 24 horas y el 61%, en un plazo menor a 48 horas. Asimismo, se implementaron optimizaciones en los avisos proactivos dirigidos a los clientes.

Hubo también otros hitos relevantes en la estrategia digital. Para responder a una aspiración de sus clientes hogar y

profesionales, Sodimac Chile volvió a ofrecer a fines de año sus productos y servicios en un sitio propio en Sodimac.com. La compañía, sin embargo, se mantendrá como uno de los sellers de Falabella.com.

Avances en transformación digital

Aumentar los grados de eficiencia fue un foco relevante del año, para lo cual se intensificaron los procesos automatizados. Esto permitió reducir errores operacionales, mejorar la experiencia de los usuarios internos y clientes, simplificar tareas diarias, y elevar la productividad y capacidades de procesamiento.

La estrategia fue generar acciones para incrementar las ventas y recuperar los niveles de contribución, incluyendo el uso de modelos de business intelligence para optimizar la disponibilidad de productos en tiendas, gestionar mejor los surtidos y rentabilizar más las campañas comerciales y de liquidación de inventarios.

Al mismo tiempo, se buscaron fórmulas para aportar a un mejor funcionamiento de los locales y aumentar la rentabilidad de las áreas disponibles en cada tienda. Esto llevó al desarrollo de una herramienta digital para optimizar la gestión de espacios, identificando gráficamente atributos operacionales y financieros relacionados con la rentabilidad de las distintas categorías comerciales, posibilitando diagnosticar y hacer ajustes basados en datos.

Innovaciones para mejorar la experiencia

De cara al uso de herramientas tecnológicas para impactar positivamente la experiencia de los clientes, la empresa ha impulsado un sólido proceso de innovación centrado en el desarrollo de nuevas capacidades, especialmente digitales, que facilitan el proceso de compra y refuerzan las labores de asesoría y orientación en puntos clave dentro de las tiendas. Fueron varias las iniciativas adoptadas en el año.

Contenido y asesoría

*Resaltó la integración de la inteligencia artificial en los procesos comerciales digitales. El **90%** de los productos se publicó en la web con información enriquecida, enfocada a especialistas. Un significativo **50%** de estos artículos recibió atención adicional en la página, con la inclusión de videos o imágenes detalladas y descripciones emocionales.*

Videoanalítica e IA

Se completó la implementación de tecnología de videoanalítica en 15 locales, utilizando la infraestructura de cámaras. Esta iniciativa, junto a la colaboración de startups especializadas en inteligencia artificial para entrenar algoritmos que interpretan diversas casuísticas, permitió mejorar la experiencia del cliente, incrementar la productividad de los equipos y reducir riesgos en la operación.

Robots en el centro de distribución

Las inversiones realizadas en el centro de distribución principal posibilitaron automatizar el 90% de los flujos internos de la operación mediante el uso de robots. Además, se logró que el 60% de los despachos a domicilio se realizaran directamente desde las bodegas hasta los domicilios de los clientes.

Geomarketing al servicio de los clientes

La empresa siguió desarrollando el proyecto Geopush, una iniciativa de geomarketing que opera sobre la base de un número superior a 400 balizas (o beacons) instalados en todas las tiendas. Esos dispositivos, apalancados por la App de Sodimac, detectan y emiten señales a los aparatos móviles, proporcionando la capacidad de identificar, entender y personalizar la experiencia de los clientes situados en estas instalaciones.

Este avance potencia la capacidad de entender el comportamiento y permanencia de los clientes en las tiendas, y así entregarles asesoría con el servicio Venta Online Asistida (VOA) en los pasillos más complejos, comunicar la oferta de valor y contenido relevante a través de mensajería push e integrar iniciativas de geolocalización en cajas, centro de proyectos o mesones de pintura.

Premiando la experiencia de clientes

Los esfuerzos por entregar una mejor experiencia a los clientes a través de la innovación fueron reconocidos por diferentes instancias a lo largo de 2023.

MIC Business Consulting y el ESE Business School de la Universidad de los Andes situaron a Sodimac en el primer lugar del ranking Most Innovative Companies, categoría "Mejoramiento el Hogar". En tanto, el reconocimiento a las Mejores Prácticas de Experiencia de Cliente que entrega la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC Chile), posicionó a la compañía entre las tres empresas más destacadas dentro de la categoría "Mejor Proyecto de Innovación" gracias a su servicio de Venta Online Asistida (VOA).

ARQ: una plataforma de arquitectura y diseño

Los arquitectos, diseñadores y constructores son un grupo relevante para Sodimac dada su vinculación directa con el negocio de la empresa, lo que lleva a un permanente esfuerzo de apoyo a su labor, especialmente en años de menor actividad económica como en 2023.

Esta fue la motivación que derivó en el desarrolló de ARQ, una plataforma online 100% gratuita, ideada para la facilitar el trabajo de estos profesionales al permitirles modelar intuitivamente y cotizar de manera fácil proyectos de arquitectura y diseño de interiores.

Lanzamiento de "La Hora Silenciosa"

Con miras a ofrecer a los clientes una atención más inclusiva, Sodimac puso en marcha "La Hora Silenciosa", acción que busca acoger, dar apoyo y visibilizar a las personas del espectro autista.

Gracias a esta iniciativa, cada miércoles entre las 13:00 y 14:00 horas se corta la música ambiente en las tiendas, no hay actividad de grúas horquillas, se baja la intensidad de la iluminación y se habilitan cajas exclusivas para la pronta atención de los clientes con esta condición. Además, se habilitó de manera permanente una "Zona Tranquila" en el sector Jardín.

"La Hora Silenciosa", que comenzó como un proyecto piloto en Sodimac Talagante respaldado por el colectivo Aspergirls y la Defensoría de la Discapacidad, se extendió hasta abarcar 19 tiendas a lo largo de Chile, lo que se seguirá ampliando en 2024. Este proceso incluyó la capacitación integral de todos los trabajadores de esos locales.

Escuchando a los clientes

Los requerimientos de los clientes son atendidos en diferentes plataformas distribuidas en las distintas áreas de negocio:

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

Satisfacción de los clientes

(2-29)

Sodimac utiliza el sistema Net Promoter Score (NPS) como principal indicador para medir la satisfacción y calidad de la experiencia percibida por los clientes en tiendas, canales de e-commerce y venta empresas. La herramienta provee información diaria que se emplea para introducir mejoras en procesos, propuesta de valor, estándar de servicio y cambios en la infraestructura física y tecnológica, entre otros temas.

En 2023, el NPS tuvo un alza importante de más de un 12% respecto a 2022 y sobre 58% en relación con 2021, aumentos que se explican por los distintos planes de acción enfocados en las personas, procesos y tecnología que ha desarrollado la empresa.

Encuesta de Satisfacción	2021	2022 (*)	2023
Clientes encuestados	368.441	221.268	161.839
Nota 9 y 10	59%	64%	67,3%
Nota 7 y 8	16%	14%	13,2%
Nota 0-6	25%	22%	19,4%

Fuente: Sodimac

(*) La disminución de encuestas en 2022 fue por la migración del canal de venta online; las encuestas de NPS asociadas a dicho canal las gestionó Falabella.com.

Gestión de requerimientos y reclamos

La Gerencia de Atención a Clientes maneja un mecanismo de gestión que procesa y responde cualquier solicitud, consulta, felicitación, sugerencia y reclamo presentado por los clientes.

Cabe destacar que la postventa registró una mejora significativa en la tasa de reclamos durante el año, con una disminución de 18% en comparación con 2022 y más del 60% respecto a 2021. Este avance se atribuye principalmente a la efectividad de los planes destinados a mejorar los niveles de servicio en la entrega de productos, tanto mediante despacho a domicilio como por retiro en tienda.

Vendedor Integral

Se hicieron cambios en la estructura y dotaciones en los locales para asegurar eficiencia y productividad, especialmente en el área de ventas y servicio al cliente. En esa línea, se estableció una nueva estructura de agrupación para los vendedores, con el propósito de ganar flexibilidad y aumentar la cobertura. Esta medida, junto con los programas de capacitación implementados, dio más agilidad al desplazamiento del personal, permitiéndoles responder de manera efectiva a las necesidades de los clientes. Como parte de estas mejoras, se lanzó el programa "Vendedor Integral", cuyo objetivo es reforzar la asesoría y orientación de los clientes con mayor visibilidad en puntos clave en las tiendas.

Paso 1
El Cliente decide contactarnos: Generación del requerimiento

Paso 2
Registro de la información

Paso 3
Proceso y clasificación de la información

Paso 4
Derivación de la información a la unidad especializada

Paso 5
Unidad acusa recibo en 72 hrs

Paso 6
Entrega de solución

Paso 7
Cierre del ciclo: Cliente satisfecho

Año	Requerimientos de clientes (*)
2021	1.144.048
2022	955.753
2023	651.729

Fuente: Sodimac.

(*) Incluye consultas y felicitaciones

Ámbitos de requerimientos	2021	2022	2023
Reclamo	34,2%	20,4%	24,5%
Solicitud	19,4%	20,7%	45,4%
Consulta	46,1%	58,4%	29,3%
Felicitaciones	0,3%	0,5%	0,8%
Sugerencia	N/A	N/A	N/A

Fuente: Sodimac

Áreas de Reclamos	2021		2022		2023	
	N°	%	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	235.580	60,15%	136.999	70,28%	119.895	75,01%
Postventa	89.410	22,83%	19.676	10,09%	13.535	8,47%
Internet	26.628	6,80%	15.289	7,84%	7.508	4,70%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	26.081	6,66%	8.760	4,49%	3.789	2,37%
Área cajas	5.979	1,53%	8.404	4,31%	8.651	5,41%
Otros servicios de tienda	6.037	1,54%	5.092	2,61%	5.845	3,66%
Productos	1.089	0,28%	615	0,32%	595	0,37%
Área ventas	352	0,09%	94	0,05%	12	0,01%
Otros	504	0,13%	-	-	-	-
Total	**391.657**	**100%**	**194.929**	**100%**	**159.830**	**100%**

Fuente: Sodimac

Convenio Sodimac–Sernac

Sodimac mantiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), a través de una plataforma que envía una notificación inmediata cuando un cliente presenta un reclamo en esa repartición, permitiendo a la empresa hacer una gestión más eficiente del mismo, con el compromiso de responder en siete días hábiles como máximo.

En 2023, el Sernac recibió 7.984 reclamos contra la empresa (7.762 en 2022). De ellos, 1.879 (24%) fueron por problemas de postventa, 3.681 (46%) por despachos y 1.516 (24%) por inconvenientes en compras en la plataforma web.

Comercio y marketing responsable

La comunicación de marketing de Sodimac se basa en la buena fe y una competencia leal, cumpliendo sus promesas con prácticas de promoción diseñadas de forma sostenible y apegadas a la ética publicitaria. Todo ello, bajo un absoluto respeto a los derechos del consumidor, con políticas comerciales justas y transparentes, asegurando al cliente una oferta adecuada en cuanto a disponibilidad, calidad y seguridad de bienes y servicios.

Construcción de marca

En un año muy desafiante para todas las marcas, se logró mantener los niveles de reconocimiento, recomendación y Top of Mind (primera mención como marca asociada a mejoramiento del hogar).

En sintonía con la situación país, junto a sus proveedores, la empresa lanzó la campaña "Volver a Construir": se bajaron y congelaron los precios de más de 1.000 productos para que tanto clientes hogar como profesionales pudieran seguir construyendo sus sueños de hogar.

Mediante el uso de herramientas digitales y una comunicación personalizada, se buscó establecer conexiones más profundas entre la marca y distintas audiencias.

La inversión en campañas de máximo rendimiento con Google permitió llegar a las audiencias de manera precisa con información de valor mediante anuncios personalizados y georreferenciados

Desde el ámbito de la asesoría, se desarrollaron comunicaciones personalizadas integradas con modelos Machine Learning para anticiparse a la compra de proyectos relacionados con pisos, pinturas, baños y cocinas. El objetivo es proporcionar a los clientes las mejores recomendaciones para desarrollar sus proyectos y remodelaciones.

Con el propósito de seguir ofreciendo experiencias de clientes personalizadas en un mundo sin cookies, se consolidó la estrategia de 1st Party Data en Meta y Google, permitiendo a la empresa impactar a sus audiencias de manera automatizada, garantizando comunicaciones personalizadas basadas en el conocimiento de los clientes.

Este esfuerzo realizado por Sodimac recibe una constante retroalimentación a través de distintas mediciones.

Una marca valorada

La empresa obtuvo diversos reconocimientos en el año, entre ellos, se posicionó como una de las empresas más valoradas del país según el primer índice de reputación corporativa "Empresas Humanas" de True Brands y GFK.

Alcanzó también el primer lugar tanto en la encuesta ICREO de confianza, categoría mejoramiento del hogar, como en de "Marcas Ciudadanas" de Cadem, categoría retail.

El estudio Chile3D de GFK distinguió a Sodimac como una marca de excelencia y líder indiscutible en la categoría mejoramiento del hogar.

Obtuvo el sexto puesto en el ranking Chile10, que destaca a las marcas con mayor valorización de mercado (Brand Finance) y el primer lugar mejoramiento del hogar y octavo general del estudio Total Brands 2023 (Criteria y BBK+2Brains).

Asimismo, logró el premio EIKON Oro gracias a la campaña del Círculo de Especialistas.

Ética publicitaria

Sodimac adhiere voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar). También, suscribe el Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD), entidad que certifica las acciones de marketing directo de la empresa respecto a materias generales de responsabilidad y ética.

Datos personales y seguridad de la información

(418-1)

La empresa aplica exigentes protocolos internos, programas de capacitación y sistemas de seguridad para asegurar la absoluta reserva de todos los datos personales de sus clientes y prohíbe entregar esta información a terceros, cumpliendo estrictamente la normativa al respecto.

En 2023, no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

Procesos de retiro de productos (recalls)

(416-2)

La responsabilidad de la empresa hacia sus clientes implica un inmediato cese de la venta y el retiro preventivo de productos cuyo uso conlleve un riesgo para ellos, con un especial énfasis cuando se trata de artículos de marca propia.

Este protocolo fue activado en 2023 por la detección de problemas de funcionamiento en un modelo de estufas marca Wurden.

Más información en capítulo Proveedores de este reporte.

Normativa legal y causas judiciales

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

En 2023, la empresa enfrentó 71 causas relacionadas con demandas de consumidores (100 en 2022). En total, se cerraron 36 juicios que fueron notificados durante el ejercicio y años anteriores.

Para prevenir este tipo de conflictos, Sodimac realiza capacitaciones en todas sus áreas para fortalecer la comprensión del programa de cumplimiento denominado "Mi Cliente" que busca precisamente fortalecer la cultura de respeto de la normativa vigente entre su personal.

Causas Judiciales – Demandas	2021			2022			2023		
Concepto	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia
Incumplimiento de Entrega	2022	65	$13.370.255	41	29	$19.689.259	9	7	$8.644.913
Salud y seguridad	20	16	$43.500.110	34	11	$29.314.954	46	23	$8.436.236
Otros	42	42	$43.815.897	14	8	$3.246.720	16	6	$7.961.223
Producto, Información y etiquetado	38	25	$312.864.309	12	5	$1.181.195			
Publicidad y marketing	1	3	-	22	2	$680.000			
Total general	**158**	**151**	**$413.550.571**	**111**	**61**	**$54.112.128**	**71**	**36**	**$25.042.372**

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

Fuente: Sodimac.

Educación y consumo responsable

Sodimac participa en diferentes campañas que buscan generar conciencia y aportar a la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático.

Más información en capítulo Medioambiente de este reporte.

Cuidando La Casa de Todos

En este marco, "Cuidemos La Casa de Todos" se ha convertido en una iniciativa icónica de cercanía con los consumidores. Aprovechando las distintas plataformas de contacto, la empresa difunde acciones que ayudan a la ejecución de ideas de mejoramiento con un enfoque dirigido a reducir el consumo de recursos hídricos o energéticos y una reutilización de residuos o materiales.

Economía circular

En el marco de su programa ambiental, Sodimac desarrolla sus operaciones con una estrategia de economía circular, contemplando acciones para reducir el uso de materiales, así como reutilizar y reciclar.

*Sodimac ha logrado sumar a su oferta más de **6.700** productos y servicios sustentables. Más información en capítulo Proveedores de este reporte.*

Reciclaje de baterías

La compañía desarrolla en todas sus tiendas un programa gratuito y abierto a la comunidad de recuperación y reciclaje de baterías de vehículos en desuso. Desde su lanzamiento, la compañía ha recibido cerca de 5.680 de estos componentes que representan un riesgo para la salud y el medioambiente. En 2023 se recuperaron 5.512 baterías (equivalentes a 71 toneladas).

Hágalo Usted Mismo

Hágalo Usted Mismo (HUM) es una iniciativa que, a través de canales de difusión como videos en YouTube, sitio web y talleres en tiendas, entre otros, enseña mediante sencillos ideas a reparar y mantener viviendas, así como desarrollar proyectos de economía circular, entre otros temas.

Durante 2023, las campañas estuvieron centradas en asesorías para construir y mantener huertos en el hogar; crear un invernadero con botellas recicladas; riego eficiente en consumo de agua en terrazas y jardines; consejos para hacer compost y fabricar una compostera; reutilización de residuos o materiales; reducción del consumo de agua y energía en el hogar; la importancia de revisar el estado de los techos, canaletas, muros, puertas y ventanas; cómo tener un punto limpio propio; y técnicas para fabricar bolsas ecológicas con ropa sin uso, entre muchas otras materias.

Más información en hagaloustedmismo.cl

*Sobre **2,4** millones de suscriptores sumaba el canal de YouTube "Hágalo Usted Mismo" al cierre de 2023.*

Círculo de Especialistas Sodimac

A lo largo de los años, el Círculo de Especialistas de Sodimac (CES) ha permitido consolidar una relación muy cercana con el segmento de clientes profesionales, buscando conocerlos y responder a sus necesidades específicas.

En 2023, este programa desarrolló 240 actividades de formación como parte de su Academia de Especialistas, para ayudar a los clientes a innovar y mejorar en sus trabajos, considerando becas de perfeccionamiento en instituciones de educación superior a través de cursos de e-learning y presenciales en temáticas como obras menores, electricidad, gasfitería, sistemas solares fotovoltaicos y térmicos, grifería y ampliaciones. Además, con cursos impartidos por Inacap y la Universidad de Talca los especialistas pueden obtener un certificado para validar y demostrar los conocimientos adquiridos. En total, más de 120 mil personas se capacitaron en el año a través del CES y la Gran Feria de Capacitación que la empresa organiza anualmente

En 2023, el CES siguió creciendo: logró 100 mil nuevos socios a lo largo del año, llegando a un total de 897 mil al cierre del período.

Para mejorar la experiencia los clientes socios del CES, la empresa desarrolló una estrategia de comunicación personalizada y automatizada, difundiendo los atributos de un producto en función de la ocupación o tipo de necesidad de los especialistas. Asimismo, les brinda espacios y servicios especiales y servicios Junto con eso, para ofrecerles una visión tangible de los descuentos que proporciona este programa de lealtad, se aplicaron descuentos de acuerdo con niveles Oro y Black, entre otros objetivos.

*El programa de fidelización a clientes profesionales CES+CMR Puntos superó los **897** mil socios inscritos. Durante 2023, se incorporó la funcionalidad de pago con CMR Puntos en el sitio web, facilitando el canje y potenciando la fidelización.*

*Adicionalmente, se potenció el programa CMR Puntos con la funcionalidad Puntos + Pesos, que posibilita canjear productos en Falabella.com de manera más rápida y fácil. Esto se tradujo en más de **650.000** canjes de artículos en el año.*

Actividades del CES	2021	2022	2023
N° de socios	350.915	796.128	900.000
N° de socios certificados SEC	Suspendido (*)	Suspendido (*)	Suspendido (*)
N° de capacitados (**)	20.618	22.196	14.482
N° de becados	3.330	4.037	3.712

(*) En 2021 y 2022 no se pudieron entregar, porque requieren una prueba presencial que no fue posible realizar por la pandemia y el 2023 debido a los malos resultados económicos de la operación.

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

Fuente: Sodimac

Más información sobre CES en www.circulodeespecialistas.cl

Gran Feria de Capacitación

Los días 16 y 18 de marzo tuvo lugar la 11º Gran Feria de Capacitación Sodimac. Al evento concurrieron más de 14 mil maestros de manera presencial y sobre 96 mil se conectaron remotamente desde distintos lugares de Chile y América Latina. Cabe destacar que un 15% de esta asistencia estuvo compuesta por mujeres.

Los participantes recibieron herramientas y conocimientos a través de 160 cursos (50 prácticos y más de 100 teóricos) y en torno a 147 mil capacitaciones. Además, a través de Inacap, se entregaron certificaciones gratuitas en gasfitería y electricidad.

El encuentro -el mayor de su tipo en el mundo de la construcción a nivel país- también contó con la presencia de 70 stands de proveedores y ofreció variados espacios de networking.

Compromiso con el medioambiente

Compromiso con el medioambiente

El compromiso de Sodimac con la acción climática se traduce en iniciativas como la medición, reducción y mitigación de los impactos de su operación, además de crear consciencia en toda la cadena de valor acerca del cuidado del medioambiente.

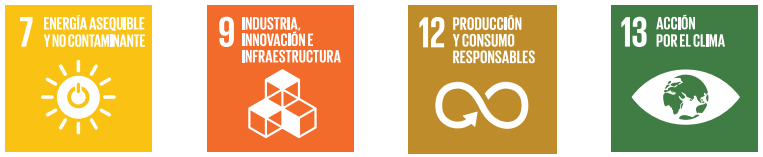
Temas estratégicos

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

Hitos 2023

- Por cuarto año consecutivo, se obtuvo el Sello de Excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, siendo la única empresa de retail y una de las cinco organizaciones del país en alcanzar ese sello.
- Para contribuir a aumentar el reciclaje y el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), Sodimac empezó a integrar gradualmente los puntos limpios de su Red Nacional al primer sistema de gestión colectivo de envases y embalajes, ReSimple. Este proceso partió con el traspaso en diciembre de los puntos limpios ubicados en las tiendas de Arica y Calama.
- Sodimac se transformó en el primer retailer en Latinoamérica en obtener la certificación FSC, que reconoció la gestión responsable de su madera marca Timbermac.
- La empresa siguió aumentando el número de productos y servicios sustentables diferentes que ofrece a sus clientes, superando los 6.700.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Acción climática

(302-1; 302-4; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5)

Como parte de la estrategia de sostenibilidad, una de las prioridades es mitigar el impacto de las operaciones con el objetivo de ser una empresa carbono neutral al 2030 en los alcances 1 y 2, es decir, en emisiones directas y las relacionadas con el control operacional. Con ese foco, desde 2010 cada año se mide y gestiona la Huella de Carbono de la compañía, empleando la metodología asociada al Greenhouse Gas Protocol y un proceso diseñado con apoyo de la empresa de ingeniería Proyectae, que contempla los siguientes criterios:

- **Alcance 1:** emisiones directas por uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en fuentes controladas o propias.
- **Alcance 2:** emisiones indirectas por consumo eléctrico en las infraestructuras de la compañía (tiendas, oficinas y bodegas).
- **Alcance 3:** emisiones indirectas originadas por transporte de productos, traslados de los clientes a las tiendas, traslado de los trabajadores, manufactura de insumos operacionales de locales y oficinas corporativas, disposición de residuos y reciclaje, viajes de negocios, comercio electrónico y producción de combustibles.

La medición arrojó los siguientes resultados en 2023:

HUELLA DE CARBONO

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero
v.15/marzo/2023
Sodimac CL - Año 2023

265 $ktCO_2e$

Combustibles y gases refrigerantes	Electricidad	Transporte de carga contratado	Traslados de clientes a tiendas	Otros
10 $ktCO_2e$	8 $ktCO_2e$	126 $ktCO_2e$	96 $ktCO_2e$	25 $ktCO_2e$
ALCANCE 1	ALCANCE 2	ALCANCE 3	ALCANCE 3	ALCANCE 3
Fuente / % CO_2e	Fuente / GWh / % CO_2e	Fuente / % CO_2e	Fuente / % uso / % CO_2e	Fuente / % CO_2e
Fuentes fijas 5%	Red promedio 24 100%	Importaciones a CD 36%	Vehículo particular 56% 94%	Transporte colaboradores 41%
Grúas horquilla 57%	100% renovable 73 0%	Abastecimiento local a CD 41%	Transporte público 15% 6%	Residuos y reciclaje 46%
Vehículos empresa 7%	Generación solar propia 15 0%	Abastecimiento CD a tiendas 19%	Caminando/Bicicleta 10% sin GEI	Manufactura combustibles 4%
Gases refrigerantes 31%		Despachos a clientes 3%		Viajes de negocios 3%
				Insumos y servicios 2%
				Uso páginas web 3%
4%	3%	48%	36%	9%

Nota: *Podrían aparecer diferencias en la última cifra por redondeo de valores.*
Emisiones de alcance 2 reportadas con el Método de Mercado.
Se excluyen de este diagrama las emisiones de GEI de la fabricación, uso y disposición de productos vendidos.
Se recomienda revisar este diagrama en conjunto con el informe.

Fuente: proyectae

La Huella de Carbono ascendió a 265 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (265 $ktCO_2e$) en los tres alcances, excluyendo impacto por fabricación, uso y fin de vida de productos vendidos, lo que implica 46% menos que las emisiones totales de 2022. Este resultado se explica por los siguientes factores:

- Reducción del impacto por consumo eléctrico, dada la descarbonización de la matriz nacional promedio y la mayor compra de electricidad certificada 100% renovable.
- Reducción de las importaciones y de los viajes presenciales de clientes a tiendas, debido a una menor actividad respecto a 2022.
- Reducción de los residuos no peligrosos generados y aumento de la tasa de reciclaje de 19% a 24%.

Durante 2023, se hizo una revisión y mejoras retroactivas del consumo eléctrico reportado en años anteriores, por lo cual se recalcularon las emisiones del período 2019-2022.

En paralelo, se continuó la medición del impacto de los productos comercializados (fabricación, uso y fin de vida). Se identificó que esto representa un total de 1.504 $ktCO_2e$, es decir, casi seis veces el impacto del resto de la operación.

Sello Excelencia de HuellaChile

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

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

Comprometidos con la electromovilidad

Las actividades de transporte son el factor que más contribuye a generar huella de carbono en el retail (sin incluir los productos comercializados). Para disminuir su impacto, la compañía lleva a cabo una política de electromovilidad incorporando vehículos eléctricos a las flotas a cargo de los despachos de última milla y abastecimiento en tiendas, y apoya a firmas contratistas de transporte para que también evolucionen hacia esta tecnología. Cabe destacar que toda la flota del principal centro de distribución de Sodimac es eléctrica.

Este compromiso se extiende a los clientes: en alianza con Enel X Way, fomenta entre ellos la electromovilidad habilitando estaciones de carga para vehículos eléctricos en tiendas, centros de distribución y oficina central, los que ya suman 21 en Santiago y regiones. Junto a Copec Voltex, la empresa también ofrece un servicio para la instalación de cargadores para vehículos eléctricos en los hogares.

Comercio carbono neutral

Desde 2019, todos los despachos a domicilio por compras online de Sodimac son carbono neutral. La empresa fue el primer retailer del país en comprometerse a esto, lo que se logra neutralizando las emisiones generadas con la compra de bonos de carbono vinculados a proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente. El sistema es acreditado por la Bolsa de Clima de Santiago (SCX), que entrega una licencia de certificación CO_2 Neutral al proceso de despachos, garantizando el cumplimiento y trazabilidad del proceso.

Durante 2023, la compañía compensó 317.950 viajes con despachos directos a domicilio (181.119 en 2022), transportando 5.398.306 reservas (3.517.662 en el ejercicio anterior), neutralizando un equivalente de 4.356 tCO_2e. Cabe destacar que el 2,3% de los kilómetros recorridos en procesos de despacho se realizó con vehículos eléctricos.

Más información en www.scx.cl

Ecoeficiencia operacional

Los protocolos de Sodimac establecen que la construcción de toda nueva tienda o edificación de la empresa se basa en las directrices del US Green Building Council, con estándares arquitectónicos y de infraestructura de desarrollo sustentable que permitan un uso eficiente de los recursos.

Programa de ERNC

Gracias a un programa consistente desarrollado año tras año, la compañía ha logrado abastecerse en un 70% con energías renovables no convencionales (ERNC). Pero la meta es llegar a un 100% en 2030.

Para este objetivo, se han instalado paneles fotovoltaicos en 49 tiendas y otras instalaciones, que generaron 14.921 MWh de electricidad en 2023, lo que se tradujo en 4.356 tCO_2e emisiones de alcance 2 evitadas.

A esto se suma el acuerdo suscrito por el grupo Falabella con Enel, gracias al cual se accedió a un total cercano a 76 GWh en 2023 y, con ello, se logró evitar la emisión de 17.602 tCO_2e.

Infraestructura sustentable

Con el objetivo de cumplir su meta de carbono neutralidad al 2030, Sodimac siguió invirtiendo en el recambio de luminarias, renovación de instalaciones y en la construcción de nuevas tiendas que apuntan a consumir menos energía con un diseño que permite un uso intensivo de la luz natural, contemplan iluminación de tecnología LED y un sistema de aire acondicionado de bajo consumo. Además, incorporan equipos y artefactos que reducen el consumo de agua.

Este criterio se aplicó tanto en la nueva tienda inaugurada en Maitencillo durante 2023, en la renovación de Sodimac en Mall Espacio Urbano de Viña del Mar y en las obras para la segunda tienda que la empresa construyó en Puerto Montt durante el año y que fue inaugurada en enero de 2024.

Aspecto	Unidad	2021	2022	2023
N° tiendas con paneles solares	Nº	48	49	49
Electricidad generada con paneles	MWh	16.542	16.595	14.921
Factor de emisión red SEN	tCO_2e/MWh	0,391	0,301	0,24
Emisiones de alcance 2 evitadas	tCO_2e	6.463	4.988	4.356

Huella hídrica

(303-5)

Sodimac no utiliza agua para fines industriales. Emplea el recurso fundamentalmente para el abastecimiento de trabajadores y clientes en duchas, casinos y servicios higiénicos, donde se utilizan equipos y artefactos que permiten un uso eficiente. Esta agua es suministrada por las empresas sanitarias de cada ciudad y, tras su uso, es descargada al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes.

Por el bajo consumo de las tiendas y su uso no industrial, la compañía no desarrolla proyectos para reciclar o reutilizar agua. Sin embargo, en el ejercicio continuó levantando datos sobre el consumo interno, proceso que llevó a contabilizar un total de 1.024 mil m^3 en el año, considerando instalaciones con factura directa de la sanitaria, y una estimación de aquellas con facturaciones indirectas.

También se impulsan campañas de consumo responsable dirigidas a los clientes, promoviendo utilizar productos que aporten al ahorro de agua en el hogar.

Gastos e inversiones ambientales

La compañía destinó importantes recursos a materias medioambientales.

Nombre del Proyecto (M$)	2021	2022	2023
Cambio de luminarias	360.970	833.315	257.006
Puntos Limpios	786.629	925.842	1.055.167
Tratamiento residuos	73.689	146.809	237.705
Medición Huella de Carbono	9.926	73.720	1.063
Inventario REP	13.837	21.167	12.762
Declaraciones Ambientales	43.082	52.215	115.104
Plataforma Medioambiental	23.992	110.942	144.104
Asesoría Productos ECO	20.111	-	52.977*
Asesoría Paneles Solares	6.000	10.501	-
Total	**1.338.236**	**2.174.511**	**1.875.888**

Fuente: Sodimac.

(*) Equivalente a 1.440 UF al 31 de diciembre 2023.

Cumplimiento y gestión de residuos

Cumplimiento de gestión ambiental

A través del Área de Medioambiente, dependiente de la Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento, la empresa identifica riesgos y lidera iniciativas para cumplir con la normativa ambiental vigente y los compromisos adquiridos por su adhesión voluntaria a diversos acuerdos en esta materia. La Política de Sostenibilidad contempla, asimismo, ingresar declaraciones en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), del Ministerio del Medio Ambiente.

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

1. Manejo y disposición de residuos

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

2. Emisiones de fuentes fijas

Sodimac inscribe los grupos electrógenos y bombas de incendio de todas sus instalaciones y realiza un monitoreo mensual del consumo de combustible y horas de uso de dichos equipos. También hace una declaración anual por tienda en el sistema RETC.

3. Contaminación lumínica

El tipo y ángulo de instalación de las luminarias exteriores se regula por una legislación especial para proteger de contaminación lumínica a los observatorios astronómicos que operan en las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo.

4. Casinos de alimentación

Además de cumplir con una serie de exigencias de infraestructura, una resolución sanitaria de la Seremi de Salud autoriza la operación de estas instalaciones.

5. Seguimiento Resolución de Calificación Ambiental (RCA)

Según ciertas condiciones, los proyectos se deben ingresar al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental a través de un EIA o DIA, lo que culmina con el otorgamiento de la RCA incorporando todo compromiso que lleve a obtener un permiso de operación.

6. Control de plagas

Para mantener condiciones de higiene y salubridad en resguardo de trabajadores y clientes, se aplican procedimientos periódicos de control de plagas y sanitización, según los requerimientos de cada instalación.

7. Sustancias Peligrosas

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

8. Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

Exige que las empresas fabricantes e importadoras de seis productos prioritarios se hagan cargo de ellos una vez terminada su vida útil.

9. Permisos Superintendencia de Electricidad y Combustibles

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

10. Permisos municipales

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

11. Calificación industrial

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

12. Informe sanitario

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

Gestión de residuos

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

Plan de Cumplimiento por ruidos molestos en tienda

(307-1)

En 2023, no hubo nuevas denuncias formales a la Superintendencia del Medio Ambiente por ruidos molestos en tiendas u otras instalaciones de Sodimac. No obstante, la empresa siguió ejecutando el Plan de Cumplimiento por una denuncia de ruidos molestos en una tienda recibida en 2022, que contempla las siguientes medidas:

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

Sodimac aplica protocolos para la recuperación, reciclaje y disposición de materiales de desecho propios y generados por la comunidad.

Disposición de residuos no peligrosos

Junto con la Sociedad Recuperadora de Papel (Sorepa), se aplica un plan para el reciclaje de papeles y cartones productos del proceso de embalaje realizado por proveedores. En 2023 se reciclaron 4.582 toneladas de material, incluyendo papel blanco y de revista, cartón y otros, y del ítem mixto papeles y cartulinas blancas y coloreadas, además de filme plástico y maderas.

Los residuos no peligrosos sin un plan de valorización y enviados a rellenos sanitarios debidamente autorizados ascendieron a 21.817 toneladas.

Aspecto	Unidad	2021	2022	2023
Residuos totales generados	t	41.634	39.035	28.863
No Peligrosos	t	41.527	38.921	28.706
A eliminación	t	34.427	31.586	21.817
A valorización	t	7.100	7.335	6.889
Peligrosos	t	107	114	157
A eliminación	t	50	43	84
A valorización	t	57	71	73
Residuos totales generados	t	41.634	39.035	28.863
Tratamiento in-situ	t	0	0	0
Tratamiento off-situ (con terceros)	t	41.634	39.035	28.863
% residuos valorizados (no enviados a eliminación)	%	17%	19%	24%

Economía circular

Sodimac desarrolla numerosos proyectos de economía circular a través de los cuales busca reducir residuos y contribuir a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Entre ellos destacan los siguientes:

Fabricación y venta de mulch

Gracias a una alianza con Armony, la empresa transforma pallets de desechos de su operación en mulch para maceteros y jardines, y también se elabora compost multipropósito con residuos de plantas y maderas de tiendas. Ambos tipos de productos son luego comercializados por Sodimac.

En 2023, se reutilizaron 2.112 toneladas de este tipo de residuos, produciendo 1.205 m^3 de mulch y 4.209 m^3 de compost, lo que conllevó evitar su disposición en rellenos sanitarios, transformándolos en productos que tienen un impacto positivo en el medioambiente.

Reciclaje mermas de alimento para mascotas

Sodimac recicla las mermas de alimento para mascotas (por ejemplo, el contenido de las bolsas de alimentos que se rompen en tiendas y no pueden ser comercializadas), trasladando este tipo de residuo a la planta de Ecofeed como insumo para generar nuevo alimento para animales. En 2023, se gestionaron 1.852 kilos de material.

Disposición de residuos peligrosos

Sodimac tiene un protocolo para eliminar residuos sólidos y líquidos originados por la operación de las tiendas y que pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente, que incluye la disposición de baterías usadas, tubos fluorescentes, artículos electrónicos, tarros de pintura vacíos, envases de solvente, y aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos. Estos materiales se acopian y almacenan en contenedores plásticos debidamente rotulados.

Además, se aplica un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos y en las áreas de almacenaje de productos químicos de cada tienda hay equipos de derrame, para una manipulación debidamente controlada.

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

Aspecto	Unidad	2021	2022	2023
Residuos peligrosos generados	t	107	114	156
A eliminación	t	50	43	84
A valorización (baterías fuera de uso)	t	57	71	73

Fuente: Sodimac.

Sodimac en ReSimple

Sodimac se convirtió en 2023 en cofundadora del primer Sistema de Gestión Colectivo de residuos de envases y embalajes, ReSimple. Para contribuir a aumentar el reciclaje y el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), Sodimac empezó a traspasar gradualmente los puntos limpios de su Red Nacional a ReSimple. Este proceso partió con el traspaso en diciembre de los puntos limpios ubicados en las tiendas Sodimac de Arica y Calama. Estos seguirán operados por TriCiclos, que se adjudicó una licitación pública realizada por esa entidad.

Con el traspaso de sus puntos limpios, Sodimac pone a disposición de las metas de reciclaje nacional no solo infraestructura, sino un importante flujo de usuarios. Quienes visitan estos puntos desde hace 13 años han sido parte de un proceso de educación y cambio cultural que ahora se potenciará a nivel nacional.

ReSimple es un sistema regido por la ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) que inició un servicio de recolección gratuita de residuos reciclables desde domicilios, además de operar puntos limpios y puntos verdes.

Red Nacional de Puntos Limpios

Iniciada en 2010, la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac se ha consolidado como la mayor iniciativa de su tipo en el país. Con 18 centros de acopio ubicados entre Arica y Chiloé que son operados por TriCiclos, desde su creación ha sumado más de 4,5 millones de visitas, contribuyendo al reciclaje de casi 28.500 toneladas de residuos hasta diciembre de 2023.

La red recibe 14 tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, incluyendo plásticos PET, polietileno, polipropileno, poliestireno, vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva, tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros, que se compactan y envían a empresas de reciclaje. También, residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso), gracias a una alianza con WOM.

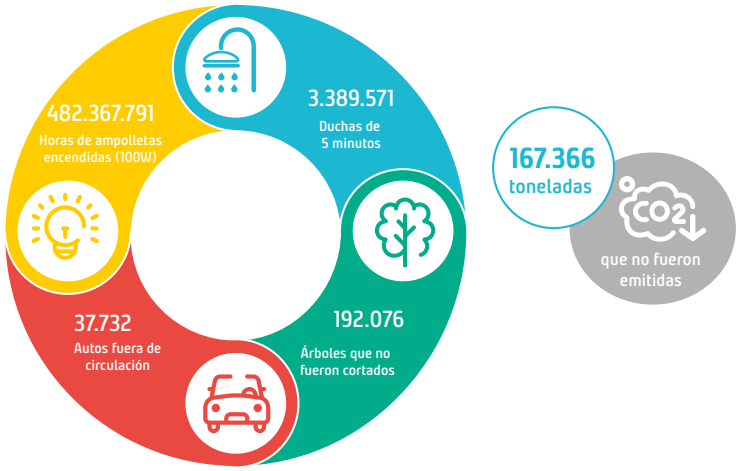
Reciclaje en Puntos Limpios	2021	2022	2023
Toneladas	1.961	2.609	2.599
Visitas	173.484	260.695	367.219

Fuente: TriCiclos.

Materiales Reciclados 2023	
Vidrio	52%
Celulosa	34%
Plásticos	11%
Metal	3%

Fuente: TriCiclos.

Ahorro a los ecosistemas que han permitido los 18 puntos limpios de la red nacional de Sodimac desde su inauguración



Fomento al reciclaje para clientes

Sodimac, con el apoyo de diversas instituciones y en marco de la implementación de la Ley REP, lleva a cabo iniciativas de incentivo a los hábitos de reducción, reutilización y reciclaje tanto a nivel de organizaciones como de hogares. Entre ellas, destacan las siguientes:

- Servicios de refacción y/o reciclaje a domicilio de muebles y línea blanca, entre los que destacan lavadoras, refrigeradoras y cocinas. En 2023, se recuperó un total de 44.049 kilos de diferentes elementos en desuso de los clientes.
- Gestión de residuos para reciclar papel, cartón, *stretch film* y avances en disposición de madera, llegando a una tasa de reciclaje en torno a 24%, considerando únicamente residuos postindustriales propios de la operación en tiendas.
- Aporte a la gestión de residuos con la Red Nacional de Puntos Limpios y su gradual traspaso al sistema de gestión colectivo ReSimple.

Acuerdo de Producción Limpia (APL) para la economía circular

En los últimos años Sodimac ha suscrito una serie de Acuerdos de Producción Limpia (APL) que le permiten hacer una contribución al fomento de la economía circular en el país.

Nueva vida para los neumáticos

A partir de 2023, los clientes que renueven los neumáticos de sus vehículos en los locales Car Center también tienen la opción de dejar estos elementos en desuso en puntos de recolección habilitados especialmente.

El servicio es totalmente gratuito y permite enviar estos residuos dañinos para el medioambiente a una planta que los utiliza como materia prima para elaborar nuevos productos.

La iniciativa se inserta en el rol activo de Sodimac en Neuvol, el primer sistema de gestión colectivo de neumáticos usados y fuera de uso de Chile, creado en el marco de la ley REP.

Reciclaje de baterías

La empresa está comprometida en un APL establecido en 2016, a través del cual ha aportado con la recuperación de unas 5.680 baterías fuera de uso de vehículos (equivalentes a unas 73 toneladas), aportadas por clientes de la red Car Center y también a través de campañas específicas a nivel nacional en locales Sodimac Homecenter. En 2022, la compañía extendió este servicio de forma permanente a toda la comunidad y al 100% de sus tiendas. En 2022 se recuperaron 5.512 baterías (equivalentes a 71 toneladas).

Manejo de residuos eléctricos y electrónicos

Desde 2019, Sodimac adhiere a un APL orientado a generar un sistema de gestión colectivo sobre manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) y a mejorar la información del sector. Sus principales acciones han sido definir un modelo de inclusión de los recicladores de base en la gestión y manejo de estos materiales en cuanto a almacenamiento, transporte, pretratamiento y peligrosidad; elaborar un mapa de acciones y pilotos público-privados vigentes de recuperación y valorización de AEE post consumo, para levantar datos confiables y extrapolables sobre la capacidad real de gestión, y el desarrollo de campañas educativas para la comunidad sobre el manejo de estos equipos

Nuevos APL para residuos del sector construcción

En 2023, Sodimac adhirió a tres Acuerdos de Producción Limpia (APL) impulsados por la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de Corfo, con el objetivo de propiciar la prevención, valorización y correcta gestión de los Residuos de Construcción y Demolición (RCD) y el consumo sustentable del recurso hídrico de la cadena de valor de las regiones de Antofagasta, Los Lagos y Magallanes.

Cabe señalar que, según estimaciones del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, este sector, solo en actividades ligadas a viviendas, genera casi 7.500.000 de toneladas de RCD al año, equivalentes a más de 15 estadios nacionales, cifra que realza la importancia de estos acuerdos público-privados.

En el marco del APL se realizará un diagnóstico sobre la generación de residuos y de consumo hídrico en las instalaciones adheridas; se establecerá una línea base sectorial de alcance regional para implementar un plan de gestión de RCD y uso eficiente del agua, y se desarrollará una estrategia regional para solucionar la falta de sitios de valorización y la eliminación de estos residuos. También se difundirá entre las empresas el catastro de gestores de residuos y de los sitios de disposición final existentes en las regiones.

Por su parte y entre otras medidas, cada empresa implementará un Plan de Gestión de RCD y de uso eficiente del recurso hídrico. El APL se implementará en un plazo de 24 meses.

Participación en el Pacto Chileno por los Plásticos

La empresa participa desde 2019 en el Pacto Chileno por los Plásticos (PCP), iniciativa impulsada a nivel global por la Fundación Ellen MacArthur, y liderada en Chile por Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente que busca acelerar el cambio del modelo lineal que caracteriza a la mayoría de los envases y embalajes plásticos, por uno circular, que permita aprovechar todas las virtudes de este material conservando su valor y uso durante el mayor tiempo posible. De esa manera, se reduce el impacto negativo de estos residuos.

En 2023, el PCP tuvo un rol activo en apoyo al desarrollo e implementación de nuevas regulaciones. Entre otras iniciativas, se entregó al MINSAL una propuesta regulatoria para el uso de plástico reciclado en contacto con alimentos; se trabajó con el Ministerio del Medio Ambiente para avanzar en brechas regulatorias que impiden implementar ciertos modelos de reuso; se avanzó en la revisión de iniciativas nacionales e internacionales para la circularidad de plásticos flexibles; se publicaron los resultados de un piloto sobre ese elemento y se diseñó un nuevo piloto a implementar en 2024 sobre mercados finales y definición de un Hoja de Ruta sobre plásticos flexibles. Asimismo, se realizaron pruebas con estructuras multimateriales (PE/PA, PP/PE, PE/PET) para probar su potencial de valorización e incorporación en la fabricación de nuevos envases y embalajes, dado que estas estructuras son consideradas no reciclables. En materia de diseño circular, se apoyó a Laben USACH en el desarrollo de una Guía/Plataforma de Diseño para la Reciclabilidad de Envases y Embalajes. Asimismo, se desarrollaron diversas campañas de educación ambiental dirigidas a la comunidad.

Promoviendo la sustentabilidad

Empaques y diseño de productos

Sodimac tiene un programa de rightsizing que busca disminuir el consumo de plástico y cartón en los envases y embalajes de los productos que comercializa, y así minimizar los residuos potenciales. Con esto, además logra un uso más eficiente de los espacios en contenedores, bodegas y tiendas con embalajes ajustados al tamaño del artículo, así más productos se pueden trasladar en un solo despacho, lo que permite generar menos emisiones de CO2 por concepto de transporte.

En paralelo, se busca que el 100% de los envases y embalajes de los productos que se comercializan sean reciclables, partiendo por aquellos de marca propia. Actualmente, cerca del 90% de estos últimos es calificado como reciclable.

Educación y consumo responsable

Sodimac difunde y fomenta hábitos de cuidado del medioambiente y economía circular entre sus públicos de interés mediante plataformas propias (presencia en tiendas, catálogos, sitio web, campañas publicitarias y contenido de "Hágalo Usted Mismo"), buscando sensibilizar y generar cambios de conducta que contribuyan a combatir el cambio climático y sus efectos.

Productos y Servicios Sostenibles

La empresa cerró 2023 con una oferta de más de 9.200 productos y servicios que cumplen normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad que permiten calificarlos de "sostenibles".

Son artículos que reducen o evitan el consumo de energía o agua, fabricados cuidando los recursos naturales y transparentando su impacto ambiental, o que aportan a un ambiente interior sano y libre de partículas químicas dañinas en el hogar. Se suman también los productos fabricados con material reciclable, reutilizables o compostables, y los socialmente responsables.

Entre los servicios sustentables, destacan la instalación de paneles fotovoltaicos y de cargadores de vehículos eléctricos en hogares. También, de sistemas de riego automático que logran importantes ahorros de agua.

Madera sustentable

Toda la madera comercializada por Sodimac proviene de fuentes conocidas, controladas y amigable ambientalmente. La empresa también ayuda a capacitar permanentemente a pequeños y medianos proveedores para asegurar una explotación sostenible de los bosques.

Certificación FSC a madera

Sodimac se convirtió en el primer retailer de América Latina que obtiene la certificación internacional FSC, que reconoce la gestión responsable de su madera de marca propia.

Más información en el capítulo Proveedores de este reporte.

Herramientas amigables con el entorno

En 2023, Stanley Black & Decker lanzó en Chile -y por primera vez en Latinoamérica- su línea de herramientas inalámbricas Reviva, compuesta por seis productos diferentes (taladros, lijadoras, sierras caladoras, atornilladores y aspiradoras de mano), que se vendieron de forma exclusiva en las tiendas y canal web de Sodimac.

Reviva tiene la particularidad de que son los primeros productos de su categoría en el mundo que se fabrican con material reciclado y los únicos actualmente con este atributo en el mercado chileno. Los empaques, a su vez, se elaboran con cartón 100% reciclado y que es, a su vez, 100% reciclable.

Productos Sostenibles

Criterios de Sostenibilidad	2021	2022	2023
Ahorro y eficiencia de energía	1.005	1.537	1.427
Ahorro y eficiencia de agua	385	478	570
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	478	449	686
Productos que provienen de manejo sustentable	1.247	1.039	1.517
Hogar saludable	1.443	2.401	1.527
Comercio inclusivo	127	156	1.237
TOTAL	**4.685**	**5.789**	**6.739**

Impulsando la sostenibilidad en la cadena de valor

Dado el rol clave de los proveedores para el objetivo de Sodimac de avanzar hacia una oferta que cumpla los mejores estándares en materia de protección del medioambiente, la empresa, con el apoyo de la consultora Ecoestrategia, elaboró en 2022 una guía denominada "Sistema de Productos Sostenibles". El documento define seis criterios para evaluar la mercadería, estableciendo que al menos una de las siguientes condiciones debe estar presente para ser considerado sostenible: producción sustentable, consumo eficiente de agua, eficiencia en energía, hogar saludable, circularidad y reciclaje, y comercio inclusivo.

También desarrolló una Guía de Empaques y Embalajes que define requisitos y procedimientos para que, a través del rediseño y rightsizing, tengan un tamaño idóneo y sean reciclables. Indica igualmente las metas de la Hoja de Ruta de Empaques y Embalajes de Sodimac para productos de marca propia: asegurar que todos sean reciclables, avanzar en que pasen por el proceso de rightsizing y que contengan material reciclado, y etiquetarlos con información sobre cómo reciclarlos. En el futuro, la medida se extenderá a toda la mercadería para que los clientes identifiquen los distintos componentes del envase, el material del que están hechos e indicaciones para su correcto reciclaje.

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

Apoyo a iniciativas público-privadas

Cada año Sodimac colabora con acciones en favor del planeta que impulsan diversas instituciones:

- **Certificaciones Programa HuellaChile**
  Desde 2018, la empresa participa en HuellaChile, iniciativa del Ministerio del Medio Ambiente para promover la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones públicas y privadas.

- **Programa Acelerador de la Ambición Climática**
  La compañía forma parte desde 2007 del programa "Acelerador de la Ambición Climática" de Pacto Global de Naciones Unidas, que entrega a las empresas conocimientos y habilidades para avanzar más rápidamente en ambición climática y fijar objetivos de disminución de emisiones en base a la ciencia y alineados con el escenario de 1,5°C del Acuerdo de París.

- **Alianza por la Acción Climática (ACA Chile)**
  Sodimac fue uno de los impulsores de la "Alianza para la Acción Climática (ACA Chile)", instancia colaborativa público-privada que integra el trabajo de múltiples actores no estatales para dar respuestas más coordinadas a la urgencia climática.

- **Race to Zero**
  Desde 2021, la empresa adhiere a Race to Zero, la mayor alianza global de carbono neutralidad impulsando la transformación hacia una economía descarbonizada con la colaboración de gobiernos, ciudades, regiones, empresas e inversionistas, hasta llegar a un mundo con cero emisiones netas de carbono en 2050. Esto se suma al compromiso de la compañía de alcanzar la carbono neutralidad al 2030 en los alcances 1 y 2, y como parte de CLG o Grupo de Líderes Empresariales por la Acción Climática, de implementar un programa de gestión ambiental para combatir el cambio climático.

- **La Hora del Planeta**
  Entre las 20:30 y las 21:30 del sábado 25 de marzo, Sodimac nuevamente se sumó a "La Hora del Planeta", la mayor iniciativa global para generar conciencia sobre el cambio climático, apagando los letreros de las fachadas de sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas. Además, realizó acciones de difusión de la actividad invitando a trabajadores, clientes y la comunidad en general a hacerse parte de esta iniciativa.

- **Chile Green Building Week**
  Para promover la construcción sustentable, la compañía volvió a ser parte del International Summit: Construye Acción, evento que se realiza en el marco de la Chile Green Building Week con el fin de sensibilizar al sector sobre contribuir a la acción climática. El encuentro es organizado anualmente por Chile Green Building Council, de la cual Sodimac es empresa socia, y contó con expositores nacionales e internacionales sobre temas ESG, financiamiento climático e implementación de iniciativas sostenibles, regenerativas y resilientes, alineadas con principios de acción climática, salud y bienestar, y circularidad.

Compromiso con la comunidad

Compromiso con la comunidad

Junto con mantener canales permanentes de relacionamiento con las comunidades que puedan resultar impactadas por sus operaciones, Sodimac desarrolla políticas de inversión social, apoya a diversas fundaciones que buscan mejorar la calidad de vida de las personas e incentiva el voluntariado corporativo entre sus trabajadores.

Temas estratégicos

- Inversión social
- Gestión del entorno

Hitos 2023

- En el marco del programa RECSO, continuó el acompañamiento a los equipos de las tiendas definidas como "alta y media prioridad" en los procesos de diálogo con la comunidad y autoridades, y se generó una base de datos con información de los vecinos de las tiendas de todo el país para hacer una invitación personalizada a postular en el programa Construyendo Sueños de Hogar.
- "Construyendo Sueños de Hogar" desarrolló 81 proyectos, beneficiando de forma directa a más de 33 mil personas.
- Murales para Chile completó cuatro nuevas obras a lo largo del año 2023 en colegios de Iquique, Antofagasta, Copiapó y Punta Arenas, totalizando 15 desde sus inicios en 2021.
- Como integrante de la red Movidos x Chile, Sodimac colaboró en la entrega de 3.500 kits de ayuda humanitaria para las más de 4.200 personas damnificadas por el sistema frontal que afectó a las regiones de O'Higgins y Maule.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Sodimac y su comunidad local

Mediante canales de escucha, continuas evaluaciones cualitativas y cuantitativas de los impactos operacionales, a lo que se suma el trabajo con organizaciones aliadas, la empresa cuenta con información que le permite comprender las necesidades y expectativas de las comunidades con las cuales se vincula. Con esta base, genera acciones orientadas a poner en valor sus políticas de relacionamiento.

Inversión social

(203-1)

Ámbito	Tipo				Total general
	En dinero		En especies		
	$M	%	$M	%	$M
Inversión comunitaria	$1.452.575	83%	$ 406.307	95%	$1.858.881
Donaciones	$174.150	10%	$21.491	5%	$ 195.641
Iniciativas comerciales	$122.000	7%	$-	0%	$ 122.000
Total	**$1.748.725**	**100%**	**$427.797**	**100%**	**$2.176.522**

Gestión territorial

(413-1; 413-2)

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

El modelo integra los indicadores de medición de la categoría "Comunidad", considerados en el Stakeholders Sustainable Índex SSINDEX (Índice Sostenible de los Grupos de Interés), elaborado por ESG Compass, apuntando específicamente a la gestión de riesgos y monitoreo sostenible en el relacionamiento con la comunidad.

Aunque considera diferentes líneas de acción, el Programa de Relacionamiento Comunitario Sodimac (RECSO) es el que se encarga de definir el trabajo colaborativo con las comunidades durante las diferentes fases del ciclo de vida de un proyecto:

- **Aprobación, licitación, contrato y construcción:** El área de Planificación, Desarrollo y Proyectos utiliza la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), herramienta especialmente diseñada para la compañía, que se aplica en cada territorio donde se estudian obras, ampliaciones y remodelaciones. Permite orientar el relacionamiento con el entorno, anticipar un diálogo oportuno con los vecinos en el desarrollo de los proyectos, así como generar medidas técnicas, económicas y sociales, procurando una gestión oportuna incluso si los proyectos son ejecutados por desarrolladores externos. Como resultado, se procura que las actuales o nuevas inversiones cumplan la normativa, alcanzando el estándar de Sodimac en materia de crecimiento sostenible.
- **Operación de la tienda:** Se abordan las externalidades que puedan estar impactando a los vecinos directos de una tienda, buscando soluciones coordinadas con la comunidad. En esta etapa también se considera la vinculación a largo plazo, con el desarrollo de acciones sociales (por ejemplo, Construyendo Sueños de Hogar).
- **Cierre de una instalación o tienda:** En la última etapa del ciclo de un proyecto, el foco es comunicar a vecinos y organizaciones sociales los plazos, medidas de mitigación y seguridad que comprenderá este proceso.

Acciones RECSO 2023

En línea con lo señalado, en 2023 se apoyó la puesta en marcha de la primera tienda en Maitencillo (inaugurada en abril) y la construcción de un segundo local en Puerto Montt, cuya apertura se realizó en enero de 2024. Ambos proyectos fueron presentados a las autoridades y empezó a establecerse el nexo inicial con la comunidad. Asimismo, se trabajó territorialmente para apoyar a los equipos locales con miras a la apertura de la nueva tienda en Villarrica durante 2024.

En paralelo, durante el ejercicio los esfuerzos se focalizaron en la etapa de operación, lo que implicó continuar con la aplicación del programa RECSO en las tiendas que durante 2022 fueron definidas como "alta y media prioridad", lo que implica acompañar a los equipos para la implementación y comunicación de las mejoras realizadas. Un caso destacado fue el de Homecenter Nueva La

Empleabilidad local

(202-2)

Sodimac privilegia generar empleo a nivel local. Por ello, contrata trabajadores que residan en el radio de influencia de sus tiendas, política que abre oportunidades laborales en comunidades vecinas y reduce el tiempo de desplazamiento del personal, contribuyendo a su calidad de vida. Con los líderes de las tiendas también se aplica este criterio o se les ofrece reubicarse desde otras zonas, dado su conocimiento y experiencia.

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

En 2023, se contrataron 779 nuevos trabajadores (466 hombres y 313 mujeres).

Florida y el proceso de diálogo que se está desarrollando con los vecinos y la Municipalidad de Peñalolén, permitiendo generar ajustes en la infraestructura y operación en favor del bienestar de la comunidad.

Los resultados de una encuesta realizada a los gerentes regionales y de tienda en 2022 ayudaron a generar prioridades en función de la situación territorial de las tiendas y determinar cuáles requerían mayor apoyo. Tras ello, se fortalecieron los vínculos permanentes y canales de comunicación directos con los vecinos de dichos locales, desarrollando boletines comunitarios para informar sobre las mejoras y cambios realizados en la operación, y acerca del seguimiento a los compromisos asumidos por Sodimac.

Adicionalmente, se colaboró con las nuevas tiendas en la identificación y registro de las autoridades, organizaciones de base, hospitales y colegios, entre otros, para propiciar la apertura de diálogo a los equipos locales. Asimismo, la Gerencia de Sostenibilidad creó una base de datos con información de los vecinos de las tiendas de todo el país para hacer una invitación personalizada a postular en el programa Construyendo Sueños de Hogar, el cual, además, fue parte del proyecto de implementación de programas sociales para estrechar lazos a través de talleres o actividades para la comunidad.

Junto con lo anterior, se planificaron capacitaciones a equipos de tiendas para entregar herramientas prácticas que les ayuden a mejorar su relación con su comunidad en caso de presentarse alguna inquietud o solicitud.

Construyendo Sueños de Hogar

Con el programa "Construyendo Sueños de Hogar", Sodimac y sus trabajadores contribuyen al desarrollo de las comunidades vecinas a tiendas, centros de distribución y oficinas centrales.

Es un fondo concursable al que postulan organizaciones comunitarias con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno, que son evaluados considerando su impacto social por el Comité Ejecutivo Técnico de Sodimac y representantes de la Comunidad de Organizaciones Solidarias (COS). La empresa entrega los materiales necesarios y su transporte, y voluntarios de la compañía se encargan de desarrollar dichos proyectos de manera coordinada con vecinos de las propias comunidades.

Además, en alianza con organizaciones como TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile, el programa aporta adicionalmente viviendas definitivas, mejora de entornos en barrios y ayuda a comunidades afectadas por emergencias o catástrofes naturales.

En 2023, se ejecutaron proyectos que permitieron mejorar espacios para adultos mayores y personas con discapacidad, del espectro autista o en situación de calle. También hicieron posible reparar salas de clases y patios de escuelas y jardines infantiles, e infraestructura de entidades de salud, bomberos, clubes deportivos y juntas de vecinos, además de desarrollar huertos comunitarios y renovar plazas.

Entre las obras, destacan las llevadas a cabo en las instalaciones de la ONG Maymuru de Arica; la construcción de un jardín terapéutico y sensorial para la Fundación Down Somos de Rancagua que atiende niños, niñas y adolescentes con síndrome de Down; el mejoramiento de la habitabilidad de la Tercera Compañía de Cuerpo de Bomberos San Pedro de la Paz, y la creación de una eco-biblioteca en la Escuela Manantial de Villarrica.

Desde su creación hace 16 años, "Construyendo Sueños de Hogar" ha ejecutado 921 proyectos, beneficiando directamente a más de 335 mil personas.

Murales para Chile

Desde 2021, Sodimac y Falabella Retail, junto a Fundación Antenna, impulsan el proyecto "Murales para Chile", que busca acercar el arte a colegios que participan en el programa Haciendo Escuela y también visibilizar el trabajo de artistas emergentes.

Cada obra contempla un trabajo integral, con el artista diseñando una pieza monumental al interior de la comunidad escolar, que debería transformarse en un patrimonio del barrio donde se insertan lo establecimientos. En paralelo, los estudiantes participan en talleres de arte urbano apoyados por especialistas, docentes y voluntarios de Falabella Retail y Sodimac, que finalizan con una intervención colectiva de uno de los muros internos del colegio.

A lo largo del año 2023 se sumaron cuatro nuevas obras a la iniciativa, totalizando 15 desde sus inicios: la primera fue en la Escuela Profesor Manuel Castro Ramos de Iquique, a cargo del artista Haroldo Ríos, quien intervino dos muros centrales y uno para el área de taller, totalizando más de 190 m2 de proyecto. En Antofagasta otro proyecto, realizado por Francisco Tapia, se transformó en "Resilientes", una obra que cubre un muro de 30 m2 de la Escuela Básica General Santiago. El Colegio Vicente Sepúlveda Rojo de Copiapó, por su parte, fue escenario de un mural de 135 m2 del artista Jaime Valderrama, que trata la historia y cultura de la comuna. Finalmente, el Liceo Juan Bautista Contardi de Punta Arenas vio surgir la obra más austral de Murales para Chile, un trabajo que involucró 50 m2 desarrollado por dos muralistas de la comuna, Antonia Ríos y Natanael Stockebrand.

Un 36% de los proyectos está relacionado a mejorar infraestructura de organizaciones que trabajan por la inclusión de personas (entre ellos adultos mayores, personas con discapacidad, personas del espectro Autista, personas en situación de calle)

Un 27% corresponde a escuelas o jardines infantines que necesitan mejorar sus salas de clases o patios de juegos.

El 14% de organizaciones beneficiadas son juntas de vecinos que necesitan mejorar la infraestructura de sus sedes sociales.

En un 12% se trabaja en crear huertos o mejoramiento de áreas verdes (plazas).

Un 6% de los proyectos apoya a clubes deportivos para mejorar la infraestructura de camarines y sedes.

El 5% restantes corresponde a organizaciones relacionadas a la salud y bomberos que requieren mejorar sus espacios comunes.

Nuestras alianzas sociales

(2-28)

*En 2023, "Construyendo Sueños de Hogar" desarrolló **81** proyectos (de un total de 828 presentados por las comunidades), beneficiando directamente a más de **33** mil personas.*

Sodimac apoya el esfuerzo de diversas organizaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de diferentes comunidades.

TECHO

Aliado estratégico desde hace 17 años. El trabajo en conjunto busca avanzar hacia ciudades más justas y sostenibles, brindando apoyo a familias que habitan en campamentos para que accedan a una vivienda definitiva. Sodimac aporta materiales, precios preferenciales y apoyo logístico a la Inmobiliaria Social de TECHO, entidad a cargo de gestionar los proyectos. Gracias a esta labor conjunta, se ha cumplido el anhelo de la casa propia de más de 8.281 personas por medio de 99 proyectos a lo largo de Chile.

Ambas organizaciones, además, suman esfuerzos frente a incendios o catástrofes naturales para dar un hogar transitorio a quienes lo han perdido todo, entregando elementos de primera necesidad y materiales para reconstruir casas afectadas.

En 2023, se continuó trabajando en el proyecto 100, denominado Santa Teresa en San Bernardo, cuya primera piedra fue instalada en diciembre de 2022 y se espera inaugurar a fines de 2024. Beneficia a 51 familias de campamento que se unirán a otras en este proyecto de integración social.

Se realizó una donación para la construcción de viviendas de emergencia tras los incendios de febrero 2023 en las regiones del Biobío y Araucanía. Se instalaron 35 viviendas en Quirihue, Ninhue, Purén, Mulchén, Tomé y Arauco.

Además, en julio se participó en la entrega de escrituras del proyecto Flor del Valle de Maipú, que es uno de los últimos entregados por Techo a 104 familias del excampamento La Isla de la misma comuna.

En agosto, Sodimac se sumó a la conmemoración de los 25 años de Techo y entre el 28 de septiembre y el 1 de octubre apoyó la colecta nacional de esa organización, dando espacio a voluntarios en las tiendas y oficina central para recibir aportes de clientes y trabajadores.

Más información en www.techo.org/chile

Fundación Junto al Barrio

Durante más de una década de trabajo conjunto, Sodimac ha apoyado económicamente y con trabajo voluntario a diversas iniciativas desarrolladas por la Fundación Junto al Barrio (JAB), para mejorar el entorno y contribuir a la calidad de vida de grupos vulnerables del país.

En 2023, el trabajo se centró en apoyar a JAB en el fortalecimiento de la comunidad del sector Augusto D'Halmar y Plaza Lo Espejo, en la comuna del mismo nombre, para la postulación a proyectos de mejoramiento de áreas verdes (Plaza y sector Platabanda). Estos proyectos consideran una inversión pública asociada al DS27 por sobre $400 millones. Se recibió la aprobación de dos proyectos a inicios de 2024, para su desarrollo durante el año.

Más información en www.juntoalbarrio.cl

Base Pública

La participación en Base Pública desde 2018 permite a Sodimac relacionarse con una red de personas y organizaciones unidas por la sostenibilidad, difundiendo propósitos, ideas y acciones de diferentes agentes de cambio sociales y ambientales, con el objetivo de impulsar una transformación social más humana y colaborativa.

Durante 2023 se renovó la alianza y se continuaron realizando diferentes proyectos colaborativos. Sodimac fue parte de la alianza Ciudad y Territorio, colaborando como auspiciador en diferentes programas. Se compartieron y difundieron los programas Construyendo Sueños de Hogar mediante un webinar, para informar más detalles del proceso de postulación a organizaciones de la sociedad civil y el Sello de Excelencia del Ministerio de Medio Ambiente, que se obtuvo en 2023 por cuarto año.

Más información en www.basepublica.cl

Apoyando a Proyecto B

En 2023, se estableció un vínculo con Proyecto B, organización que apoya la inserción socio laboral de jóvenes vinculados a Sename y al nuevo Servicio Mejor Niñez. Durante el año se desarrolló un plan de formación presencial que llevó a capacitar en habilidades blandas, técnicas y asociadas al negocio a 12 jóvenes infractores de ley. El programa se desarrolló exitosamente en Homecenter San Miguel y motivó que Sodimac fuese reconocida con el Sello Transforma, categoría "Premio Potencia".

Movidos x Chile

Junto a otras empresas del grupo Falabella, Sodimac integra Movidos x Chile, una iniciativa de la Comunidad de Organizaciones Solidarias. Su objetivo es generar una coordinación permanente entre distintas entidades al momento de brindar apoyo a comunidades golpeadas por catástrofes y/o emergencias que puedan ocurrir en el país, contribuyendo así a la entrega de ayuda efectiva y oportuna. Para activar su participación en estos casos, la empresa cuenta con protocolos con procedimientos y conformó un Comité Operacional de Emergencias.

Durante 2023 se activó la red de Movidos x Chile para los incendios de febrero en las regiones de Ñuble, Biobío y Araucanía. Se aportaron 500 kits de remoción de escombros, que incluyeron 1.484 productos como carretillas, palas, protección personal, entre otros.

Luego en junio, se activó por las inundaciones en las regiones de O'Higgins y Maule, en las que se aportó con una donación de 450 kits de remoción de escombros y sanitización para las familias de Coltauco, Rengo, Licantén y Linares.

En estas emergencias, la empresa se coordinó diariamente con Movidos x Chile, que monitorea la situación de emergencia en coordinación con autoridades locales, Senapred y Ministerio de Vivienda.

Más información en www.movidosxchile.cl

Déficit Cero

Sodimac forma parte de Déficit Cero, iniciativa que busca superar la falta de vivienda que existe en el país desarrollando estudios que planteen soluciones de política pública ante esta problemática, generando acciones de colaboración entre diversos estamentos de la sociedad. En enero de 2023, se llevó a cabo el Encuentro Vivienda y Ciudad, que en su primera versión buscó reflexionar y plantear "La vivienda como un propósito común" ante el escenario del déficit habitacional existente para más de 600 mil familias. Participaron 250 asistentes a este evento que contó con importantes expositores nacionales e internacionales.

Más información en www.deficitcero.cl

Late!

Desde hace más de 10 años, Sodimac es un aliado estratégico de Late! A través de este vínculo, el 100% de las utilidades generadas por la venta en las tiendas del agua embotellada producida por esta Empresa B se destina a la construcción de viviendas para familias vulnerables del país y proyectos comunitarios impulsados por TECHO. En 2023, este aporte anual de los clientes ascendió a $9.058.582.

Más información en www.late.cl

Anexos

Anexo 1
Desarrollo económico
(201-1)

Sodimac continuó en 2023 posicionada como la compañía líder del rubro mejoramiento del hogar en Chile, con una participación de mercado de un 22,1%, incluyendo a la filial Imperial. Los ingresos consolidados de la empresa -incluyendo las ventas de dicha filial- ascendieron a M$2.364.993.261, cifra 20,0% inferior a la de 2022, resultado que se explica principalmente por la fuerte crisis económica post pandemia.

Desempeño Económico (en M$)	2021	2022	2023
Ingresos de explotación	3.255.724.149	2.957.797.459	2.364.993.261
Costos de explotación	-2.235.217.768	-2.082.239.782	-1.697.824.015
Pago de dividendos*	176.090.891	142.474.351	-
Utilidad del ejercicio	228.951.420	52.079.958	-44.529.454

Fuente: Sodimac.

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

Valor económico generado: M$2.364.993.261

Ingresos de Explotación
Los ingresos de explotación consolidados acumulados a diciembre 2023 disminuyeron un 20,0% comparado con igual periodo del año anterior, alcanzando los M$2.364.993.261.

EBITDA
El EBITDA acumulado a diciembre de 2023 disminuyó un 52,6% comparado con igual periodo del año anterior, alcanzando los M$108.147.545, lo que representa un 4,6% del total de ingresos, versus un 7,7% el año anterior.

Resultado
La pérdida del ejercicio atribuible a los propietarios de la controladora a diciembre 2023 alcanzó los M$43.438.116, lo que equivale a una disminución de un 190,5% a igual periodo del año anterior, resultado que representa un (1,8%) del total de los ingresos, versus un 1,6% del año anterior.

La disminución experimentada por el resultado después de impuestos atribuible a controladores es un 190,5% respecto del periodo anterior, lo cual se explica por lo siguiente:

RESULTADOS CONSOLIDADOS A DICIEMBRE 2023

	Unidad	31.12.2023	% Ingresos	31.12.2022	% Ingresos	Var.	% var.
Ingresos de explotación	M$	2.364.993.261	100,0%	2.957.797.459	100,0%	(592.804.198)	(20,0%)
Costos de explotación	M$	(1.697.824.015)	(71,8%)	(2.082.239.782)	(70,4%)	384.415.767	(18,5%)
Ganancia Bruta	**M$**	**667.169.246**	**28,21%**	**875.557.677**	**29,60%**	**(208.388.431)**	**(23,8%)**
Gastos de adm. y ventas [1]	M$	(679.339.665)	(28,7%)	(759.738.686)	(25,7%)	80.399.021	(10,6%)
Resultado operacional	**M$**	**(12.170.419)**	**(0,5%)**	**115.818.991**	**3,9%**	**(127.989.410)**	**(110,5%)**
Resultado no operacional [2]	**M$**	**(45.995.668)**	**(1,9%)**	**(52.692.490)**	**(1,8%)**	**6.696.822**	**(12,7%)**
EBITDA [3]	M$	108.147.545	4,6%	228.161.380	7,7%	(120.013.835)	(52,6%)
Resultado antes de impuestos	**M$**	**(58.166.087)**	**(2,5%)**	**63.126.501**	**2,1%**	**(121.292.588)**	**(192,1%)**
Impuestos	M$	13.636.633	0,6%	(11.046.543)	(0,4%)	24.683.176	(223,4%)
Resultado después de impuestos	**M$**	**(44.529.454)**	**(1,9%)**	**52.079.958**	**1,8%**	**(96.609.412)**	**(185,5%)**
Atribuible a no controladores	M$	(1.091.338)	(0,0%)	4.097.787	0,1%	(5.189.125)	(126,6%)
Atribuible a controladores	**M$**	**(43.438.116)**	**(1,8%)**	**47.982.171**	**1,6%**	**(91.420.287)**	**(190,5%)**

1 Corresponde a la suma de los costos de distribución, gastos de administración y otros gastos por función.
2 Corresponde a las sumas netas de Otras ganancias (pérdidas), Ingresos financieros, Costos financieros, Diferencias de cambio y Resultados por unidades de reajustes.
3 Resultado Operacional menos depreciaciones y amortizaciones.

- Los ingresos del segmento Mejoramiento del Hogar (Sodimac) disminuyeron un 19,8% mientras que los del segmento Especialista (Imperial) disminuyeron un 22,6%. El margen pasó de un 29,60% a un 28,21%. La disminución en los ingresos responde principalmente a las condiciones de la economía en el país, donde el producto interno bruto (PIB) presentó una variación cercana al 0% durante el 2023. Si bien, el Imacec en noviembre creció en 1,2% con respecto al mismo mes del año anterior, el sector del comercio disminuyó un 0,1%, decayendo un 1,4% en términos anuales, impactado principalmente por el comercio minorista.

  Además, la estimación de las personas desocupadas presentó una variación a 12 meses de 14%, lo que impactó naturalmente a la demanda y, en consecuencia, la venta. La mala situación económica hizo que en varias categorías (especialmente materiales de construcción) hayan disminuido los precios, lo cual afectó aún más la venta en términos monetarios. Adicionalmente, en general los clientes prefirieron comprar productos más económicos, por lo cual se vendieron una mayor proporción de productos más básicos, lo que también afectó la venta.

- Con respecto al desempeño por canales, los que más se vieron afectados son: E-commerce con una disminución 27,8% y Store Retail con una disminución de 18,4% respecto al año anterior.

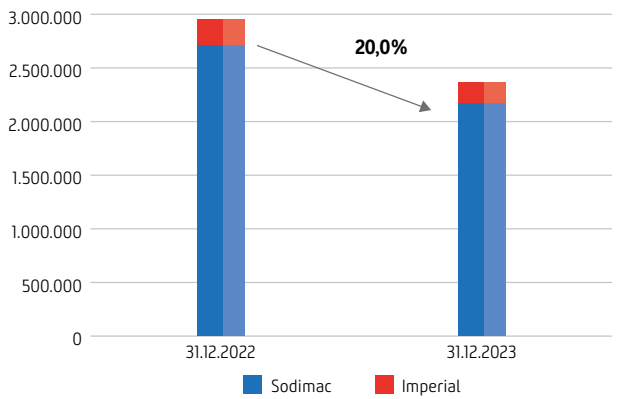
- Con relación al margen, se mantuvieron las campañas para generar tráfico a tiendas, que, si bien generaron mayor venta, impactaron directamente en el margen.

- Por otro lado, el entorno competitivo estuvo agresivo en promociones, con una oferta transversal de financiamiento en cuotas sin interés, lo que hizo que los márgenes se vieran presionados a la baja. Adicional a esto, está el hecho de que se siguieron liquidando algunos saldos de inventario importado que llegaron con costos más altos en 2022 (debido a los problemas mundiales de la cadena de abastecimiento), lo que también significó una reducción de los márgenes en varias categorías.

El gasto de administración y ventas disminuyó en M$80.399.021, equivalente a un 10,6%, explicado principalmente por un menor gasto en arriendo por M$24.106.208, honorarios y servicios de terceros por M$19.371.989, costo logístico por M$17.370.176, costo laboral por M$9.684.789, publicidad por M$4.958.658, materiales e insumos por M$3.867.273, comisiones por M$3.131.598, mantenciones y reparaciones por M$2.508.160, compensado con un mayor gasto en depreciación y amortización por M$7.536.223 y de servicios de computación por M$1.266.432.

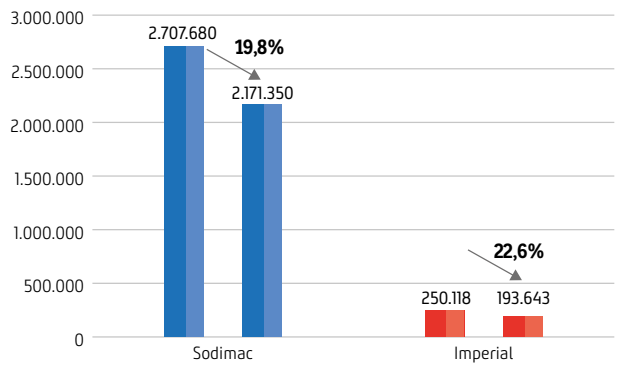
El resultado no operacional presentó una menor pérdida de M$6.696.822, lo que representó un 12,7% de disminución respecto del año anterior, siendo explicado principalmente por menores cargos por intereses con Falabella S.A. por M$4.187.912, una menor pérdida asociada a contratos de derivados por M$2.563.725, una menor pérdida por tipo de cambio de M$1.937.960, y compensado por mayores intereses de arrendamiento por M$1.942.633

Ingresos de la Explotación Consolidado



* *Segmento mejoramiento del hogar (Sodimac)*
* *Segmento especialista (Imperial)*

Ingresos de la Explotación por Segmento de Negocio



Enfoque de Impuestos

(207-1)

Como parte de Falabella S.A, Sodimac adhiere a la Política Tributaria definida para materializar su aporte a la sociedad vía impuestos, conforme a la legislación aplicable en Chile. A cargo de esta política está un Comité Tributario integrado por las áreas Finanzas, Cumplimiento y Auditoría, reportando a la Gerencia General. Se han establecido como principios tributarios:

- Cumplir con las obligaciones que las leyes tributarias imponen, aplicando interpretaciones plausibles y de buena fe de las normas impositivas.

- Caracterizar tributariamente todas las operaciones y transacciones de manera veraz, sin estructuras o formas que tergiversen la realidad económica subyacente, constitutiva de la legítima razón de negocios de tales operaciones o transacciones, con la finalidad de reducir la carga impositiva aplicable o aprovechar beneficios tributarios que de otro modo no les serían aplicables.

- Relacionarse de manera colaborativa, veraz y justa con las autoridades tributarias, mediante representantes especialmente designados para estos efectos.

- Las decisiones de negocio que tengan una implicancia tributaria deberán considerar estos principios.

Los pagos al Estado por concepto de impuestos se aprecian en la siguiente tabla:

Estado de Resultado Integral Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

Estado del resultado integral	01.01.2023 31.12.2023 M$	01.01.2022 31.12.2022 M$
(Pérdida) ganancia del ejercicio	**(44.529.454)**	**52.079.958**
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos		
Ganancias (Pérdidas) actuariales por planes de beneficios definidos	5.574.984	(11.738.736)
Otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del ejercicio	**5.574.984**	**(11.738.736)**
Componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos		
Coberturas del flujo de efectivo		
Ganancias (Pérdidas) por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	627.997	(2.173.561)
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	**627.997**	**(2.173.561)**
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del ejercicio		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	(1.505.246)	3.169.459
Total Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales que no se reclasificarán al resultado del ejercicio	**(1.505.246)**	**3.169.459**
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del ejercicio		
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	(169.559)	586.862
Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del ejercicio	**(169.559)**	**586.862**
Total otro Resultado integral	**4.528.176**	**(10.155.976)**
Total Resultado integral	**(40.001.278)**	**41.923.982**
Resultado integral atribuible a		
Los propietarios de la controladora	(38.909.940)	37.826.195
Participaciones no controladoras	(1.091.338)	4.097.787
Total Resultado integral	**(40.001.278)**	**41.923.982**

Anexo 2
Dotación Sodimac Chile
(2-7)

Zona, jornada laboral y tipo de contrato

Al cierre de 2023, Sodimac contaba con un total de 12.668 trabajadores. El 56% de la dotación eran hombres y el 44% mujeres.

Total trabajadores por zona						
	2021		2022		2023	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Zona norte	1.485	734	1.407	583	1.293	464
Zona centro	1.754	885	1.683	720	1.647	639
Zona sur	2.352	1.136	2.305	981	2.229	832
Región Metropolitana	5.570	1.827	5.166	1.483	4.377	1.187
Total dotación	**15.743**		**14.328**		**12.668**	

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de jornada laboral						
	2021		2022		2023	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
	11.161	4.582	10.561	3.767	9.546	3.122
Total dotación	**15.743**		**14.328**		**12.668**	

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

Total trabajadores por tipo de contrato						
	2021		2022		2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato indefinido	8.061	5.883	8.069	6.094	6.962	5.404
Contrato plazo fijo	1.050	749	111	54	166	136
Subtotal	**9.111**	**6.632**	**8.180**	**6.148**	**7.128**	**5.540**
Total dotación	**15.743**		**14.328**		**12.668**	

Fuente: Sodimac.

Dotación por tipo de cargo y género
(2-7; 405-1)

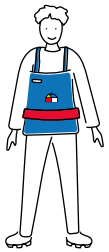
A diciembre de 2023, del total de la dotación de Sodimac Chile, el 44% correspondía a mujeres, quienes ocupaban el 35% de las posiciones de gerentes y subgerentes, marcando con ello un alza respecto al año anterior, cuando representaban el 29%.

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

Diversidad en el directorio

Número de personas por género

3 mujeres



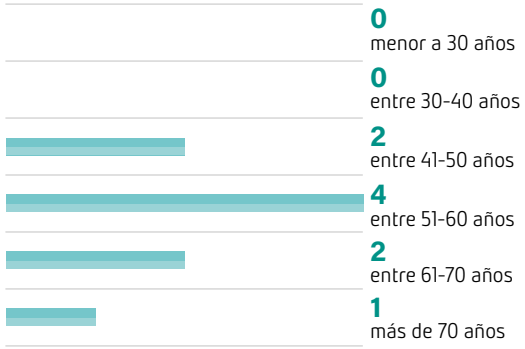
6 hombres

Número de personas por nacionalidad

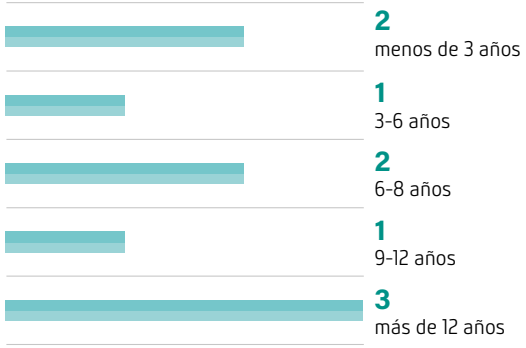
9
chilenos

0
otras nacionalidades

Número de personas por rango de edad



Número de personas por antigüedad



No hay directores en situación de discapacidad.

Diversidad de la dotación por tipo de cargo

Total trabajadores						
Año	2021		2022		2023	
	N°de trabajadores		N° de trabajadores		N°de trabajadores	
Tipo de Cargo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	297	110	299	120	268	146
Profesionales y técnicos	1.861	1.513	1.834	1.505	1.520	1.317
Otros colaboradores	6.953	5.009	6.047	4.523	5.340	4.077
Total hombres/mujeres	**9.111**	**6.632**	**8.180**	**6.148**	**7.128**	**5.540**
Total	**15.743**		**14.328**		**12.668**	

Gerentes y subgerentes						
	2021		2022		2023	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	1	1	1	0	-	-
30-49	175	78	169	87	147	107
50 y más	121	31	129	33	121	39
Total	**297**	**110**	**299**	**120**	**268**	**146**
% del total	**73%**	**27%**	**71%**	**29%**	**65%**	**35%**

Fuente: Sodimac.

Profesionales y técnicos						
	2021		2022		2023	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	271	172	280	161	182	117
30-49	1.298	1.131	1.241	1.097	1.051	956
50 y más	292	210	313	247	287	244
Total	**1.861**	**1.513**	**1.834**	**1.505**	**1.520**	**1.317**
% del total	**55%**	**45%**	**55%**	**45%**	**54%**	**46%**

Fuente: Sodimac.

Otros colaboradores						
	2021		2022		2023	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	2.652	1.516	1.091	1.125	1.412	856
30-49	3.029	2.563	2.841	2.420	2.633	2.221
50 y más	1.272	930	1.305	978	1.295	1.000
Total	**6.953**	**5.009**	**6.047**	**4.523**	**5.340**	**4.077**
% del total	**58%**	**42%**	**57%**	**43%**	**57%**	**43%**

Fuente: Sodimac.

Nuevas contrataciones por cargos y zonas

(401-1)

Nuevas contrataciones						
	2021		2022		2023	
Tipo de cargo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	11	4	9	7	2	5
Profesionales y técnicos	161	148	602	741	54	50
Otros colaboradores	1.877	1.260	132	185	410	258
Total hombres/mujeres	**2.049**	**1.412**	**743**	**933**	**466**	**313**
Total	**3.461**		**1.676**		**779**	

Nuevas contrataciones por zona (tiendas)						
	2021		2022		2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	542	434	415	303	144	82
Zona centro	356	235	64	47	124	79
Zona norte	395	319	259	208	90	69
Zona sur	418	256	195	185	108	83
Tasa de nuevas contrataciones	**9,5%**	**6,9%**	**5,2%**	**4,1%**	**3,7%**	**2,5%**

Rotación por zona y edad
(401-1)

Rotación de trabajadores por zona						
	2021		2022		2023	
Zona	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	850	446	842	564	768	466
Zona centro	288	156	130	77	205	117
Zona norte	336	231	444	314	210	165
Zona sur	362	176	367	202	272	152
Total egresos anual	**1.836**	**1.009**	**1.786**	**1.157**	**1.455**	**900**
Tasa rotación anual por zona	11,7%	6,4%	11,3%	7,3%	11,5%	7,1%
Rotación promedio anual	**9,03%**		**9,34%**		**9,30%**	

Rotación de trabajadores por edad						
	2021		2022		2023	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	978	468	1.020	609	573	280
30-49	723	435	642	462	674	489
50 y más	135	106	124	86	208	131
Total egresos anual	**1.836**	**1.009**	**1.786**	**1.157**	**1.455**	**900**
Rotación anual por género	11,7%	6,4%	11,3%	7,3%	11,5%	7,1%
Rotación promedio anual	**9,03%**		**9,34%**		**9,30%**	

Rotación = Egresos Anuales/Dotación diciembre.
Se consideran todas las causales de despido.
Fuente: Sodimac.

Rotación voluntaria por zona y edad

Rotación voluntaria de trabajadores por zona						
	2021		2022		2023	
Zona	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	419	252	327	232	198	156
Zona centro	120	64	51	32	72	37
Zona norte	176	139	224	161	96	73
Zona sur	147	84	175	86	91	54
Total egresos anual	**862**	**539**	**777**	**511**	**457**	**320**
Rotación anual por zona	5,5%	3,4%	4,9%	3,2%	3,6%	2,5%
Rotación promedio anual	**4,45%**		**4,09%**		**3,07%**	

Rotación voluntaria de trabajadores por edad						
	2022		2022		2023	
Rango de edad	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	506	287	513	300	271	157
30-49	319	220	227	183	149	132
50 y más	37	32	37	28	37	31
Total egresos anual	**862**	**539**	**777**	**511**	**457**	**320**
Rotación promedio anual por género	5,5%	3,4%	4,9%	3,2%	3,6%	2,5%
Rotación promedio anual	**4,45%**		**4,09%**		**3,07%**	

Fuente: Sodimac.

Anexo 3

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)[1]

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

Aspecto	Unidad	2021	2022	2023	Distribución
Huella de Carbono (método de mercado)	**k tCO_2e**	**3.547**	**2.562**	**1.769**	**100%**
Huella de Carbono (método de ubicación)	**k tCO_2e**	**3.576**	**2.585**	**1.785**	**-**
Alcance 1	**k tCO_2e**	**10,7**	**11,3**	**10,0**	**0,6%**
1.1 Combustión en fuentes fijas	k tCO_2e	0,6	0,7	0,5	0,0%
1.2 Combustión en fuentes móviles	k tCO_2e	6,6	7,1	6,4	0,4%
1.4 Emisiones fugitivas	k tCO_2e	3,5	3,5	3,1	0,2%
Alcance 2 (mercado)	**k tCO_2e**	**9,8**	**7,7**	**7,6**	**0,4%**
2.1 Consumo eléctrico (método de mercado)	k tCO_2e	9,8	7,7	7,6	0,4%
2.1 Consumo eléctrico (método de ubicación)	k tCO_2e	38,7	30,9	23,3	-
Alcance 3	**k tCO_2e**	**3.526**	**2.543**	**1.752**	**99%**
3.1 Insumos y servicios	k tCO_2e	0,8	0,8	0,6	0,0%
3.1 Fabricación productos comercializados*	k tCO_2e	1.700	1.288	1.020	58%
3.3 Manufactura combustibles de alcance 1	k tCO_2e	1,0	1,1	1,0	0,1%
3.4 Importación de productos a centro de distribución (CD)	k tCO_2e	127	86	45	2,6%
3.4 Transporte CD a tiendas (furgón/camión plano)	k tCO_2e	36	39	24	1,4%
3.4 Transporte local gestionado por terceros	k tCO_2e	105	98	52	2,9%
3.4 Despacho de última milla (DAD)	k tCO_2e	9,9	8,7	4,4	0,2%
3.5 Residuos y reciclaje	k tCO_2e	16	15	12	0,7%
3.6 Viajes de negocio	k tCO_2e	0,9	0,8	0,9	0,0%
3.7 Transporte de colaboradores	k tCO_2e	12	12	10	0,6%
3.7 Electricidad en trabajo remoto	k tCO_2e	0,2	0,2	0,1	0,0%
3.9 Traslados de clientes a tiendas	k tCO_2e	220	207	96	5,4%
3.9 Electricidad clientes en comercio electrónico	k tCO_2e	1,9	1,7	0,7	0,0%
3.11 Uso productos comercializados*	k tCO_2e	1.085	624	395	22%
3.12 Disposición productos comercializados*	k tCO_2e	210	161	90	5,1%

Fuente: Proyectae.

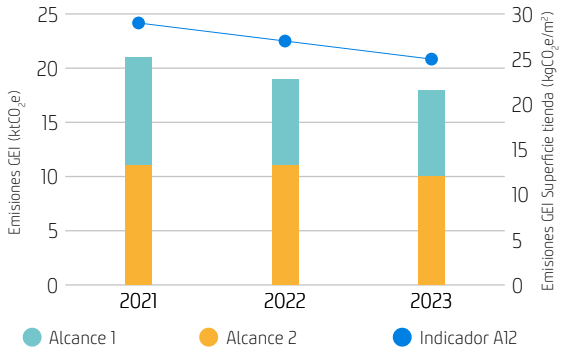
Nota: $ktCO_2e$ corresponde a miles de toneladas de dióxido de carbono equivalente.

Las siguientes fuentes de emisión de alcance 3 no aplican o son consideradas no relevantes según ejercicio de materialidad: bienes de capital (3.1), activos arrendados "Aguas Arriba" (3.8), procesamiento de productos vendidos (3.10), activos arrendados "Aguas Abajo" (3.13), franquicias (3.14), inversiones (3.15). Las fuentes marcadas con asterisco (*) corresponden al impacto de los productos comercializados, nueva fuente de emisión que se comenzó a reportar desde 2021.

Indicadores de Intensidad de Emisión de Gases de Efecto Invernadero

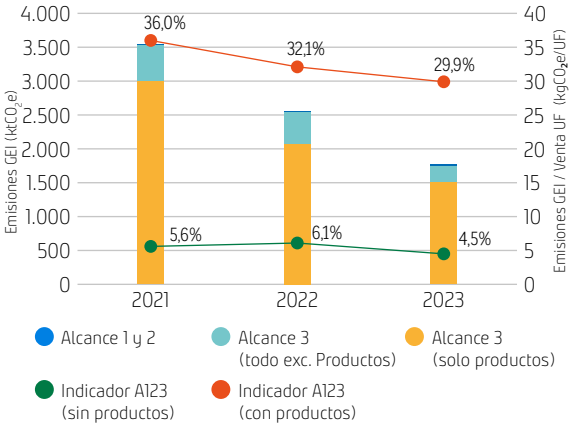
(305-4)

Emisiones de alcance 1 y 2 e intensidad



Fuente: Proyectae.

Emisiones de alcance 1, 2 y 3 e intensidad por ventas



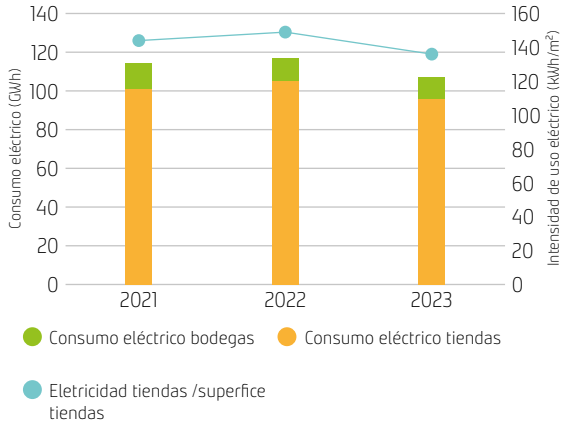
Fuente: Proyectae.

Por consistencia de la serie temporal, se reporta el indicador sobre el total de la Huella de Carbono medida históricamente (sin productos). También se incluye el indicador con la nueva cobertura (con productos).

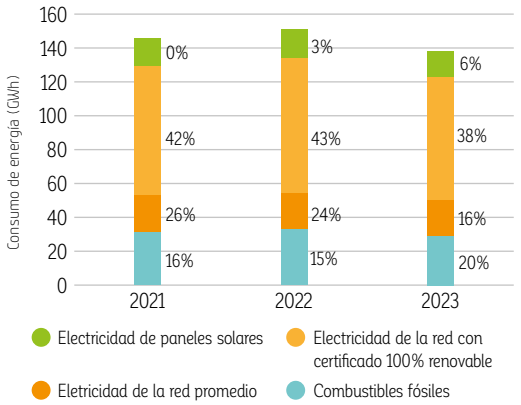
Intensidad de Uso Eléctrico (kWh/m2)

(302-3)

Intensidad de Uso Eléctrico (kWh/m²)



Distribución de Consumo Energético Según Fuente de Origen



Fuente: Proyectae.

En línea con el compromiso del grupo Falabella, Sodimac ha actualizado su meta de reducción de emisiones de alcance 1 y 2 con el objetivo de:

- Reducir las emisiones de alcance 1 y 2 65% al año 2030 con respecto a 2021.
- Reducir las emisiones de alcance 1 y 2 90% al año 2035 con respecto a 2021 (Net-Zero).

Aspecto	k tCO_2e	%
Línea base Huella de Carbono 2021	21	base
Meta Huella de Carbono 2030	13	-65%
Meta Huella de Carbono 2034	2	-90%
Avance Huella de Carbono 2023	18	-14%

Sodimac ha logrado reducir sus emisiones 14% respecto a la línea base del año 2021, manteniéndose alineado

Índice GRI

Declaración de uso	Sodimac S.A. ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2023.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándares Sectoriales GRI aplicables	-

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISIÓN
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1	Detalles organizacionales	3, 12	
	2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2	
	2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2	
	2-4	Actualización de la información	-	No hay reformulaciones durante el período
GRI 2: Contenidos Generales 2021 2. Actividades y trabajadores	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	14, 68	
	2-7	Empleados	109	
	2-8	Trabajadores que no son empleados	65	

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISIÓN
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 3. Gobernanza	2-9	Estructura de gobernanza y composición	32, 37-41	
	2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	37	
	2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	37-38	
	2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	16, 22, 32, 33, 37, 41, 46,47	
	2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	32, 37, 39, 41	
	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	32	
	2-15	Conflictos de interés	46	
	2-16	Comunicación de inquietudes críticas	-	No hay en el periodo
	2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	-	Restricciones de confidencialidad
	2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	33	
	2-19	Políticas de remuneración	37, 42	
	2-20	Proceso para determinar la remuneración	-	Restricciones de confidencialidad
	2-21	Ratio de compensación total anual	-	Restricciones de confidencialidad

ESTÁNDARES GRI Categoría Contenidos Generales				OMISIÓN
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 4. Estrategia, políticas y prácticas	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	5	
	2-23	Compromisos y políticas	11, 16, 18, 22, 24, 30, 31, 33, 43, 46	
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	18-24	
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	43	
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	43	
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	82	
	2-28	Afiliación a asociaciones	30, 103	
GRI 2: Contenidos Generales 2021 5. Participación de los grupos de interés	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	28-29, 31, 79	
	2-30	Convenios de negociación colectiva	64	

ESTÁNDARES GRI INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	31
	3-2	Lista de temas materiales	31
	3-3	Gestión de los temas materiales	16, 18-23, 33, 44
Lista de Temas Materiales		Descripción de impactos, políticas. medidas	31

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	106
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	54
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	101
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	100
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	68
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	46
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	43
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	45
GRI 206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	47
GRI 207: Impuestos	207-1	Enfoque de impuestos	108

Categoría Medioambiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	87
	302-3	Intensidad energética	114
	302-4	Reducción del consumo energético	87-88
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	90
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	87, 113
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	87, 113
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	87, 113
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	87, 113
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	87, 113
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	92-93
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	92-93
	306-3	Residuos generados	92-93
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	92-93
	306-5	Residuos destinados a eliminación	92-93
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	92
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	70

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	111-112
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	57-58
	401-3	Permiso parental	59
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	62
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	63
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	63
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	63
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	57
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	63
	403-9	Lesiones por accidente laboral	62-63
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	62-63
GRI 404: Capacitación y Educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	52
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	54
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	54, 37, 62, 109

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	37, 59, 60, 109
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	59
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	45 ,70
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	45
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	47, 100-104
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	100-102
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	100
GRI 414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	70
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	71-72
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	82
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	71
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	82
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	82
GRI 418: Privacidad de los clientes	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	82

Cuestionario de Retroalimentación

Agradecemos mucho su opinión. Por favor, envíe la encuesta escaneada o foto digital a:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Marcela Erazo
Coordinadora de Sostenibilidad
E-mail: merazo@sodimac.cl

1. ¿A qué público de interés de Sodimac pertenece usted?

(marque una alternativa)

- ◯ Accionistas
- ◯ Trabajadores
- ◯ Clientes
- ◯ Proveedores
- ◯ Comunidad
- ◯ ONG
- ◯ Prensa

2. De los siguientes capítulos contenidos en el Reporte ¿Cuál le pareció más interesante?

Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos interesante y 5: el más interesante.

- ◯ Gobierno corporativo
- ◯ Trabajadores
- ◯ Proveedores
- ◯ Clientes
- ◯ Medioambiente
- ◯ Comunidad

3 A su juicio ¿Cuál es el tema que le faltó profundidad?

Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos profundo y 5 el más profundo.

- ◯ Desempeño económico
- ◯ Relación con el gobierno
- ◯ Relación con los trabajadores
- ◯ Relación con los proveedores
- ◯ Relación con los clientes
- ◯ Impacto medioambiental
- ◯ Relación con las comunidades

Glosario

Aspectos Materiales

Son aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, junto a los que influirían notablemente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Para determinar si un aspecto es material es recomendable llevar a cabo un análisis cualitativo, una evaluación cuantitativa y debatir sus resultados (Fuente: GRI-G4; Definición de palabras).

Aprovisionamiento Responsable

Incorporación al interior de una organización de políticas y buenas prácticas de abastecimiento y trato justo con sus proveedores. Esto se logra estableciendo sistemas de evaluación y selección de proveedores con criterios ambientales y sociales que aseguren adecuadas condiciones de pago y que promuevan alianzas de mutuo interés.

Auditoría

Proceso mediante el cual se verifica el cumplimiento de una cierta norma o estándar que puede ser de calidad, medioambiental, social u otro. La culminación de este puede ser una certificación conforme a una norma, por ejemplo, la ISO 9001 o ISO 14000. La tendencia es que las auditorías de responsabilidad social integren aspectos de calidad, estándares medioambientales y estándares sociales.

Benchmarking

Comparación de los sistemas, procesos, resultados o buenas prácticas de una empresa con los de otras empresas del mismo sector u otros sectores. Permite conocer tendencias y/o identificar oportunidades de mejora.

Biodiversidad

Describe una amplia variedad de ecosistemas y patrones naturales que la conforman como resultado de numerosos procesos evolutivos, diferencias genéticas en cada especie y las interacciones con el entorno como base de la vida en el planeta.

Cambio Climático

El cambio climático corresponde al aumento de la temperatura media del planeta, atribuido directamente a la actividad humana, que altera la composición de la atmósfera elevando las temperaturas, sumándose a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Código de Conducta

Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con las partes interesadas que deben ser aplicadas en todas sus operaciones. Al contrario de las obligaciones legales, los Códigos de Conducta son voluntarios, adoptados como parte del compromiso de responsabilidad social de la empresa, buscando ofrecer una guía a los directivos y empleados para abordar los dilemas que surgen en el día a día cuando la toma de decisiones morales tiene implicancias económicas. Muchas empresas han comenzado a ampliar el espectro del Código a su cadena de abastecimiento.

Desarrollo Sostenible

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Ello involucra abordar los factores económicos, sociales y ambientales y su interdependencia en la toma de decisiones y actividades de una organización.

Diálogo con los Grupos de Interés

También llamado "stakeholders engagement", es el proceso a través del cual una empresa consulta a sus "Grupos de Interés" o "Partes Interesadas" para conocer sus expectativas e incorporarlas a sus estrategias y planes de Sostenibilidad.

Economía Circular

Modelo económico y productivo en el que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantiene en la economía durante el mayor tiempo posible, y se reduce al mínimo la generación de residuos (definición de la Comisión Europea). Se basa en la gestión de los residuos a través de las 3R (reducir, reciclar, reutilizar). La idea subyacente es que el actual flujo lineal de los materiales (recursos-producto-residuos) necesita ser transformado en un flujo circular (recurso-producto-recursos reciclado).

Eficiencia Energética

Son todas aquellas prácticas o actividades que reducen la cantidad de energía utilizada para producir una unidad de bien o servicio, o para alcanzar los requerimientos energéticos asociados a un nivel dado de confort (Definición del World Energy Council).

Electromovilidad

Uso de sistemas de impulso o tracción que utilizan energía eléctrica aplicados a distintos medios de transporte. Alternativa más sustentable que reemplaza el uso de motores de combustión interna.

Gases Efecto Invernadero (GEI)

Fenómeno por el cual ciertos gases que componen la atmósfera del planeta retienen parte de la energía que el suelo emite al ser calentado por la radiación solar. Este proceso se ve acentuado con las emisiones y alta concentración, principalmente de CO_2 en la atmósfera, producto de la quema o evaporación de diversos combustibles denominados "fósiles", como el petróleo, el carbón o el gas natural, entre otros. Esto provoca un recalentamiento y contaminación de la superficie de la tierra.

Gestión Responsable de la Cadena de Aprovisionamiento

Práctica que identifica y controla los impactos económicos, sociales y ambientales de los procesos de aprovisionamiento de una organización. Para ello se actúa en dos frentes: a) asegurando que las prácticas hacia los proveedores sean éticas, mediante el establecimiento y cumplimiento de un Código de Conducta interno que evite las condiciones contractuales abusivas; b) asegurando que se seleccionen aquellos proveedores que controlan y gestionan sus impactos sociales y medioambientales, mediante el escrutinio de los mismos a través de criterios de evaluación y selección basados en el cumplimiento de requisitos sociales y ambientales.

Global Reporting Initiative (GRI)

Nacida en 1997, es una iniciativa conjunta entre la Organización No Gubernamental (ONG) CERES y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el propósito de cautelar la calidad, rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad confeccionados por las empresas. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para la Elaboración de los Informes de Sostenibilidad, con las pautas, principios e indicadores a reportar. Al mismo tiempo, el GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser la instancia verificadora de la nueva norma ISO 26000 o de Responsabilidad Social. En mayo de 2013 entró en vigencia la Cuarta Guía del GRI denominada G-4, cuyo uso se hizo obligatorio a partir de enero de 2016. Hasta el 31 de diciembre de 2015, las empresas podían usar en período de transición la versión G3.1.

Gobierno Corporativo

Se refiere a la forma cómo la empresa o institución es liderada y gestionada desde el punto de vista estratégico y de la cultura organizacional, basado en principios éticos e incorporando la cultura de la sostenibilidad en la toma de sus decisiones.

Huella de Carbono

Es una medida del impacto que tienen las actividades humanas sobre el clima global y está expresado en términos de la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio. Para simplificar su presentación y comparabilidad, las emisiones de los diferentes GEI (vapor de agua, dióxido de carbono, metano, óxidos de nitrógeno, ozono y clorofluorocarbonos) se expresan en toneladas equivalentes de CO_2 (CO_2-e).

Involucramiento de las Partes Interesadas

Cualquier actividad o actividades adoptadas buscando crear oportunidades de diálogo entre la organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de entregar una base informada para las decisiones de la organización.

Innovación

Transformación de una idea en un producto (bien o servicio) o en un proceso operativo nuevo o mejorado. Si el conocimiento del entorno es una de las bases de la innovación, el conocimiento de las expectativas de los Grupos de Interés puede ser un insumo importante en el proceso de innovación empresarial.

ISO 26000

Normativa desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), también conocida como Norma de Responsabilidad Social. La Norma ISO 26000 ha elaborado una guía que entrega orientaciones sobre Responsabilidad Social, generales y no específicas, a fin de respetar la cultura y legislación de cada país. Por tanto, no es una norma de sistema de gestión. Asimismo, no está elaborada para la certificación o auditoría de una tercera parte, sino que es verificable. Además, es útil para cualquier tipo de organización, tanto privada como pública, grande o pequeña, con o sin fines de lucro y para países en desarrollo como países desarrollados.

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

Informe elaborado por la empresa para dar a conocer los resultados de la gestión en el ámbito económico, social y ambiental. Incluye información sobre sus actividades e impactos en estos tres ámbitos a lo largo del periodo cubierto por el informe. Es una herramienta de transparencia informativa, con la que se pretende informar y comunicar a los Grupos de Interés de la empresa sobre su impacto en empleados, clientes, proveedores, comunidad y medioambiente, e incentivar el diálogo entre ambas partes. Generalmente cubren las siguientes áreas claves: principios éticos, mercados de productos y capitales, entorno laboral, derechos humanos, medioambiente y comunidad. En el ámbito de la comunicación sobre sostenibilidad, el Global Reporting Initiative (GRI), es un estándar globalmente aceptado internacionalmente por empresas de todo tamaño y sector para la elaboración de sus informes.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible —aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre de 2015 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas— entraron en vigor oficialmente el 1 de enero de 2016. Con estos nuevos objetivos de aplicación universal, en los próximos 15 años los países intensificarán los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático garantizando, al mismo tiempo, que nadie se quede atrás. Más información en http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Iniciativa internacional de adhesión voluntaria en el compromiso ético, cuyo objetivo es que todas las empresas o entidades de cualquier país incorporen como parte de su estrategia y operaciones los Diez Principios de Conducta centrados en las áreas de los Derechos Humanos, Trabajo, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción (www.unglobalpact.org).

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)

Entidades o individuos que pueden resultar afectados de manera significativa por las actividades, productos o servicios de la organización, y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Se incluyen aquí las entidades o los individuos cuyos derechos, en virtud de una ley o un acuerdo internacional, les permiten plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización.

Entre los grupos de interés pueden encontrarse aquellos que mantienen una relación económica con la organización (por ejemplo, empleados, accionistas o proveedores) y los que tienen otro tipo de relación (como los grupos vulnerables dentro de comunidades locales o la sociedad civil). Fuente: GRI-G4; Definición de palabras.

Procedimiento Operativo Estándar (POE)

Los Procedimientos Operativos Estándar son documentos que permiten estandarizar la forma de hacer las cosas en Tiendas, Centros de Distribución u Oficinas de Apoyo de Sodimac Chile, lo que hace más simple la capacitación y se puede maximizar tiempo y recursos.

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Retail

Sector económico que abarca a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios a grandes cantidades de clientes. En este negocio se incluyen tiendas y especialmente las grandes cadenas de locales comerciales como supermercados, tiendas por departamentos, artículos para el hogar, ferretería, farmacias y librerías, entre otros.

Sostenibilidad

Uso de los recursos naturales y energías de forma racional y responsable; esto es, permitiendo y potenciando su renovación y evitando la extinción de recursos naturales u organismo de la flora o fauna. También se entiende como el crecimiento de una organización teniendo en cuenta la Responsabilidad Social con los entornos y grupos humanos donde la empresa opera. Como parte de los acuerdos tomados en la elaboración de la norma ISO 26.000 o de Responsabilidad Social, se ha decidido normar el uso del concepto sostenibilidad en reemplazo de sustentabilidad.

Transparencia

Apertura sobre acciones e impactos de una organización, y la voluntad de comunicarlos de manera clara, exacta y completa.

Verificación

Revisión de los procesos y sistemas de una organización por parte de terceros independientes, con el objeto de asegurar el cumplimiento de ciertos estándares o normas. Por ejemplo, en el caso de informes de sustentabilidad, se trata de una revisión de este por terceras partes independientes que dan fe de que la información contenida en el informe es veraz y refleja la realidad de la empresa.

Diseño y producción:
Espacio Vital
www.espaciovital.cl
Equipo de Contenidos de Sodimac

Redacción y edición de texto:
Transparentia Consultores

Fotografías:
Archivo Fotográfico Sodimac

Reporte de Sostenibilidad

SODIMAC

2023