



# Memoria Anual 2024





## Identificación de la entidad

## Sobre este informe



### Sodimac S.A.

**Rut:** 96.792.430-k

**Dirección:** Avda. Presidente Riesco 5685, piso 14,  
Las Condes, Santiago

**Teléfono:** +56 2 27381000

**Casilla:** 3110-Santiago

**Sitio web:** [www.sodimac.com](http://www.sodimac.com)

**E-mail:** [sodimac@sodimac.cl](mailto:sodimac@sodimac.cl)

**Clasificadores de riesgo:** Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Ltda.  
Clasificadora de Riesgo Humphreys Ltda.

**Audidores externos:** Deloitte Auditores y Consultores Ltda.

### Contacto Investor Relations (IR):

Gerente de Administración, Control de Gestión,  
Desarrollo y Proyectos: Francisca Núñez Regauer,  
[fnunezreg@sodimac.cl](mailto:fnunezreg@sodimac.cl), teléfono: +56 2 27381000

Tras 17 años elaborando separadamente memorias anuales financieras y reportes de sostenibilidad para dar cuenta de la gestión económica, social y ambiental, conforme a la opción Esencial de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), el siguiente documento es la primera Memoria Anual Integrada de Sodimac S.A.

Este informe, que se elaboró de acuerdo con la norma N°461 y su modificación N°519 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), sin incluir en esta versión anual estándares NIIF S1 y S2, da cuenta del periodo desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2024 (reportes anteriores en [Sodimac.cl](http://Sodimac.cl)) e incluye la gestión de la filial Imperial S.A.

El documento 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.

### Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento

E-mail: [jcorvalan@sodimac.cl](mailto:jcorvalan@sodimac.cl)

### Marcela Erazo P.

Jefa de Sostenibilidad e Impacto Social

E-mail: [merazo@sodimac.cl](mailto:merazo@sodimac.cl)





# Carta del Presidente



*“Con el esfuerzo de las distintas áreas, se implementaron acciones logísticas, operacionales y en especial comerciales para tener una mayor cercanía con los clientes, que nos permitieron revertir los resultados en el segundo semestre y en particular en el último trimestre del año”.*

**Juan Pablo del Río G.**  
Presidente

Estamos muy contentos de presentar nuestra primera Memoria Anual Integrada, anticipándonos al plazo que estableció la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). De esta manera, incorporamos en esta Memoria la gestión de nuestros impactos ambientales, sociales y de gobernanza que informábamos en un Reporte de Sostenibilidad desde hace 18 años.

El 2024 comenzó con una emergencia que nos remeció como país y también a Sodimac. Los incendios en la Región de Valparaíso destruyeron las casas de 24 de nuestros trabajadores y sus familias.

Desde el primer momento, fuimos en su ayuda y nos comprometimos a reconstruir sus hogares. Entregamos casas industrializadas, además de aportes en dinero, materiales y enseres para quienes eligieron autoconstruir y para arrendatarios que necesitaron implementar sus viviendas. Quiero agradecer a todos los equipos de Sodimac que trabajaron arduamente y con la mayor urgencia posible para hacer realidad la ayuda a estas familias de nuestra organización.

El espíritu de compromiso y trabajo en equipo que caracteriza a Sodimac fue determinante en los importantes logros del año, que se mantuvo muy exigente, marcado por la profunda crisis histórica de la construcción que

resultó en un mercado muy deprimido para nuestra actividad. En este escenario, con el esfuerzo de las distintas áreas, se implementaron acciones logísticas, operacionales y en especial comerciales para tener una mayor cercanía con los clientes, que nos permitieron revertir los resultados en el segundo semestre, en particular en el último trimestre del año. En este último trimestre alcanzamos aumentos de un 10,2% en ingresos y un incremento de 352% en utilidades, con respecto al mismo periodo de 2023. De esta manera, cerramos el año con un alza de 2,4% en ingresos y 101,4% en utilidades en relación con el año anterior.

Tuvimos avances sustanciales en los tres pilares de nuestra estrategia de desarrollo, experiencia del cliente, rentabilidad y crecimiento, y sostenibilidad, lo que se reflejó en distintos indicadores, encuestas y estudios.

Fue un período de crecimiento e innovación en tiendas físicas y en el negocio digital, a partir de mejoras en la eficiencia operacional y el fortalecimiento de la propuesta de valor para nuestros clientes hogar y profesionales de la construcción.

Ampliamos nuestra presencia con dos nuevas tiendas y una serie de remodelaciones para brindar a nuestros clientes los últimos estándares de operación y comercial.

En el caso de la filial Imperial, continuamos transformando locales tradicionales al modelo de autoservicio, lo que potenció el sólido posicionamiento de la cadena en el mundo mueblista.

Implementamos también distintas innovaciones para fortalecer la experiencia de los clientes en tiendas. Para ello, mantuvimos la alianza con el ecosistema emprendedor, especialmente con startups, utilizando herramientas como la Inteligencia Artificial (IA).

El relanzamiento de Sodimac.com como un sitio independiente fue muy bien recibido por los clientes y se transformó en uno de los hitos del año. El tráfico a Sodimac.com se ha expandido a tasas de doble dígito, posicionándose como uno de los sitios más relevantes del país.

Tuvimos avances en la agilidad, eficiencia y competitividad de nuestra logística. Mejoramos significativamente los tiempos de despacho a clientes, logrando un 64% de entregas en menos de 48 horas.

Pusimos un especial énfasis en el desarrollo de las marcas propias y fortalecimos, a su vez, los programas de productos para tiendas y canal digital en diversas categorías. Cabe destacar que nuestros artículos y



*“Fue un período de crecimiento e innovación en tiendas físicas y negocio digital, a partir de mejoras en la eficiencia operacional y el fortalecimiento de la propuesta de valor para nuestros clientes hogar y profesionales de la construcción”.*

servicios sostenibles, con atributos ambientales y sociales acreditados, superaron las 6.400 alternativas diferentes, lo que representó más del 15% de la venta total.

Quiero destacar que los buenos resultados comerciales se lograron gracias a la alianza estratégica de largo plazo construida con los proveedores, sin su compromiso y esfuerzo estos logros no habrían sido posibles. Tenemos un compromiso especial con las pymes para darles oportunidades y pagarles oportunamente, lo que es aún más necesario en contextos económicos desafiantes como los de los últimos años.

Nuestra marca siguió avanzando en el reconocimiento de los consumidores y otros públicos de interés, liderando en la categoría de mejoramiento del hogar.

En el segmento de clientes profesionales, el Círculo de Especialistas de Sodimac (CES) alcanzó casi el millón de socios, lo que lo consolida como el programa de fidelización más grande de América Latina en el sector construcción. Más de 63 mil personas se capacitaron en la Gran Feria de Capacitación. El Centro de Experiencia del Mueble (CEM) de Imperial, en tanto, llegó a más de 4.000 clientes, con

un aumento significativo en los cursos y capacitaciones. El canal “Hágalo Usted Mismo”, para asesorar a las personas en sus proyectos y aportarles con consejos para tener hogares más sostenibles, se consolidó también como el mayor canal asociado a un retail en el mundo, con 2,48 millones de suscriptores en YouTube.

Para perdurar en el tiempo, seguimos avanzando en la gestión responsable de nuestros impactos ambientales, sociales y de gobernanza, como parte integral de la estrategia de desarrollo. Doy mis más sinceros agradecimientos, reconocimiento y felicitaciones a todos quienes integran nuestra querida empresa Sodimac y que desde su rol aportan para que seamos cada día una mejor empresa, generando valor al país y sus habitantes, mejorando la calidad de vida de millones de chilenos. Agradezco también a las diversas fundaciones y organizaciones con las que hemos trabajado en alianza.

Aprovecho esta carta para reafirmar nuestra 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.

El bienestar de nuestros trabajadores es siempre nuestra prioridad. Realizamos más de 449 mil horas de capacitación en Sodimac e Imperial para aportar a su desarrollo integral, nuevamente fuimos la empresa que más horas de capacitación entregó a sus trabajadores. A ello se suma la entrega de distintos beneficios relacionados con la familia, vivienda, educación, salud, seguros, ayudas especiales, bonos, asignaciones y reconocimientos.

En la preocupación por mejorar la calidad de vida de las comunidades donde nos insertamos, avanzamos en nuestro programa “Construyendo Sueños de Hogar”, que se lleva a cabo con la participación de más de 4 mil trabajadores voluntarios que permiten cumplir los sueños de distintas comunidades.

En el marco del programa ambiental, los esfuerzos de Sodimac por disminuir su huella de carbono fueron reconocidos por el Ministerio del Medio Ambiente, cuyo programa “Huella Chile” nos entregó el “Sello de Excelencia” por quinto año

consecutivo, el único retailer de mejoramiento del hogar en obtenerlo.

Durante 2025, seguiremos esforzándonos por ser una mejor empresa, que genera efectivamente valor y se vincula de manera responsable y ética con sus clientes, trabajadores, proveedores, comunidades y la sociedad. Este es un compromiso permanente, que nos exige estar vigilantes en un contexto en evolución y con altas exigencias. Estoy seguro de que continuaremos avanzando en ese propósito gracias a la dedicación y el talento humano y profesional que caracteriza a los integrantes de nuestro equipo Sodimac.

**Juan Pablo del Río G.**  
Presidente



# La Casa de Chile: Cifras 2024

**87** Tiendas 

**74** Sodimac **13** Imperial

**791.085** 

m<sup>2</sup> superficie de ventas  
(100% es arrendada)

Sodimac **719.783** m<sup>2</sup>

Imperial **71.302** m<sup>2</sup>

**429.438** 

m<sup>2</sup> infraestructura logística  
(55% es arrendada)

Sodimac **375.338** m<sup>2</sup>

Imperial **54.100** m<sup>2</sup>

**13.292** 

trabajadores

**+ 449 mil** 

horas destinadas a su capacitación

**\$ 2.422.084** 

millones ventas 2024\*

\*Las operaciones fuera de Chile no se reflejan en los Estados Financieros de Sodimac S.A. contenidos en este documento, sino que forman parte de los Estados Financieros de la compañía matriz Falabella S.A.

Las cifras consolidadas incluyen Imperial y otras filiales.

(Cifras al 31 de diciembre de 2024)





# Cadena de valor

(2-6)

Sodimac integra la sostenibilidad en toda su cadena de valor, desde el suministro a los clientes hasta el ciclo final de vida de los productos que comercializa.

## Cadena de suministro

- **1.519** proveedores de productos y servicios en Sodimac.
- **67%** de origen nacional.
- **492** de los proveedores son pymes.
- **Más de 3.000 sellers**, bajo modelo de online superstore en comercio electrónico, que complementan la oferta.
- **619 proveedores inscritos** con membresía activa en Sedex.
- **130 proveedores evaluados** en 2024 (incluyendo estándares laborales, de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH. y medioambiente).
- Única empresa chilena del sector retail con un **Laboratorio Corporativo de Control de Calidad** (certificado bajo la filosofía LEAN 5S), para probar la seguridad y funcionalidad de productos.
- **Código de autorregulación con proveedores:** Transparencia Comercial Sodimac
- Sodimac fue reconocida por 2do. año consecutivo con el **premio "Mejores Empresas Pagadoras"** que entregan la Bolsa de Productos y la Asociación de Emprendedores de Chile.

## Logística

- En Chile: **15 centros de distribución y bodegas**
- **375.338 m² almacenamiento total** en Sodimac y **54.100 m²** en Imperial
- **Áreas click & collect en 100% de tiendas**, **8** de ellas con entregas robotizadas por Butler's y **1 tienda** con sistema de entrega 100% autónomo; **26 puntos click & collect** en otras instalaciones del grupo Falabella; **82 puntos de devolución** en otras instalaciones del grupo y **más de 900 en couriers externos**.
- **46,6%** de despachos en menos de **24 horas** y **64% en plazo menor a 48 horas**.
- **93,6% OTIF** (entregas a tiempo y completas).
- **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

- **153 mil productos y servicios (SKU)** en tiendas y comercio electrónico. **Más de 6.400 productos y servicios sustentables**.
- **87 tiendas:** 74 Sodimac y 13 Imperial
- Empresa se abastece en **más de 70% con energías renovables**. **49 tiendas** tienen paneles solares.
- **791.085 m²** superficie de ventas.
- **Más de 45,8 millones** de transacciones en 2024.
- **Sobre 280 millones** de visitas a Sodimac.com.
- **Más de 1 millón de usuarios activos** mensuales de la App Sodimac.
- Servicio de asesoría virtual: **Más de 116.678 atenciones** (videollamada + WhatsApp), con un nivel de **satisfacción del 88%**.
- Mercados: Mejoramiento del hogar y especialista.

### 5 formatos:



### 34 marcas desarrolladas por Sodimac y su filial Imperial:

#### Sodimac



#### Imperial

kuiz. KHOR MELASEK

## Uso y posconsumo

- **Clientes:** Familias; maestros contratistas y pequeños especialistas; empresas constructoras medianas y grandes.
- **975.477 socios** en Chile del programa Círculo de Especialistas (CES), **22% mujeres**, **230 actividades** de formación que beneficiaron a **19.909 personas en 2024**.
- Centro de Experiencia del Mueble de Imperial se expandió a **9 regiones** y beneficia a más de **4 mil clientes** con capacitaciones.
- Gran Feria de Capacitación: **récord de 141.200 visitas online**, **13.470 capacitaciones presenciales** y **50.261 online**.
- **2,48 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 15% de aumento** respecto a 2023. En Imperial, **el NPS mejoró 1,2% vs 2023**.
- Reclamos representan **0,37%** del total de transacciones en Sodimac y **0,34%** en Imperial.
- Red Nacional de **18 Puntos Limpios** en tiendas, **2** ya traspasados a la operación del sistema de gestión colectivo **ReSimple** para ayudar a cumplir las metas de reciclaje en Chile: **2.653 toneladas recuperadas en 2024**, **413 mil visitas** de comunidad.
- En 2024 se reciclaron **20.010 unidades** de neumáticos (154.150 kilos); **4.351 unidades de baterías** de vehículos (54 toneladas); se recuperaron **304 muebles** y **720 electrodomésticos** en desuso de nuestros clientes.
- En Imperial, **378.700 kilos** de aserrín (principal fuente de residuos) se convirtieron en Biomasa.



# Presencia nacional

## Oficinas:

### Sodimac Chile

Av. Presidente Riesco 5685, piso 14  
Las Condes, Santiago, Chile.  
Teléfono: +56 22 7381000  
www.sodimac.com

### Imperial

Avda. Santa Rosa 7850  
La Granja, Santiago, Chile  
Teléfono: +56 22 3997000  
www.imperial.cl

Sodimac tiene

**87** tiendas distribuidas en **42** localidades, en todas las regiones del país.

**74** de estas operan bajo la marca **Sodimac** y **13** pertenecen a la filial **Imperial**.



Más detalle de ubicaciones en anexo 6.



# Sodimac Chile: Balance de la gestión 2024



*“Este año avanzamos decididamente en los tres pilares estratégicos que hemos definido para nuestro desarrollo: experiencia del cliente, rentabilidad y crecimiento, y sostenibilidad. El relanzamiento de Sodimac.com como un sitio independiente potenció nuestro negocio digital, e inauguramos y renovamos tiendas físicas que fortalecieron la propuesta de valor para los clientes hogar y profesionales. Profundizamos el espíritu pionero e innovador que está en nuestro ADN, lo que se tradujo en mejoras en distintas áreas. En nuestra preocupación por el bienestar de los trabajadores y sus familias, fuimos en ayuda de todos quienes perdieron sus viviendas en el trágico incendio de La Región de Valparaíso”.*

**Eduardo Mizón,**  
gerente general  
Sodimac Chile

Este fue un año de avances significativos para Sodimac en términos de experiencia del cliente, rentabilidad y crecimiento, y sostenibilidad, los tres pilares definidos por la empresa en su estrategia de desarrollo.

La compañía reimpulsó con fuerza el espíritu pionero e innovador que la caracteriza desde su fundación. Esto se tradujo en medidas que potenciaron la experiencia omnicanal de los clientes para sus proyectos de hogar y mejoraron sus resultados en distintos indicadores y estudios.

Fue un año de gran desarrollo para el negocio digital, que mostró señales positivas en mejora de los márgenes, ticket promedio, aumento de clientes que compraron y visitas totales de más de 280 millones.

El relanzamiento de Sodimac.com en junio como un sitio independiente fue todo un hito, al fortalecer la propuesta digital y de valor omnicanal. Esto fue muy bien recibido por los clientes: desde el lanzamiento, el tráfico a Sodimac.com ha crecido a tasas de doble dígito, posicionándose como uno de los sitios más relevantes en Chile.

Lo anterior fue acompañado por una estrategia de aumento del surtido del sitio. Se incorporaron más de 230 mil nuevos productos de mejoramiento del hogar, con sobre 3.000 sellers pymes y grandes que complementan

la oferta en tiendas y robustecen las alternativas para los proyectos de los clientes.

La App de Sodimac, en tanto, mostró resultados sobresalientes. Los esfuerzos por optimizar la experiencia rindieron frutos: los usuarios activos mensuales superaron el millón.

La digitalización y fidelización del segmento profesional es un pilar fundamental para el crecimiento y diferenciación del negocio digital. En la App, se desarrolló una plataforma para una experiencia personalizada de los socios del programa Círculo de Especialista de Sodimac (CES). Además, se lograron importantes mejoras en la navegación y se implementaron nuevas funcionalidades digitales para una experiencia más ágil y eficiente.

Se registraron también muy buenos resultados en distintas campañas. Destacó especialmente el buen desempeño en los eventos Cyber Monday de septiembre y octubre, y el Black Friday de noviembre, en los que nuevamente se lograron crecimientos y ganar una participación de mercado relevante.

Sodimac Media, plataforma disponible para que proveedores y sellers posicionen sus marcas o productos en tiendas y canal digital, continuó avanzando fuertemente, con un crecimiento de 15%.



## Innovación en tiendas

La compañía continuó con su plan de expansión y actualización de las tiendas físicas, incorporando los últimos estándares de operación y comerciales.

En enero, se inauguró Sodimac Puerto Montt-Alerce, que respondió a un anhelo de muchos años de los habitantes de la zona norte de la ciudad. Se abrió también la nueva Sodimac Villarrica en octubre, que reemplazó al antiguo local con una superficie que duplica la anterior y casi del doble de productos. A su vez, culminó la remodelación de Sodimac Viña del Mar a fines de 2024, a lo que se sumaron otras renovaciones y actualizaciones de la propuesta comercial en distintas tiendas.

La firma profundizó su trabajo con el ecosistema emprendedor en el marco de su estrategia de innovación corporativa, en especial con las startups, con foco en fortalecer la propuesta de valor y experiencia en tiendas.

Como parte de ese esfuerzo, Sodimac culminó la implementación de la medición de tráfico y conversión en todos los locales, lo que posibilitará entender y mejorar en detalle la gestión de clientes y productividad.

En la búsqueda de nuevas formas de mejorar el funcionamiento de las tiendas, desde la generación y

mejor uso de la información, terminó el despliegue del proyecto PIT (Procesamiento de Imágenes en Tienda) en 15 sucursales en alianza con una startup que utiliza computer vision y algoritmos de inteligencia artificial (IA). Esto ha permitido identificar oportunidades y fortalecer la experiencia del cliente, hacer un uso más eficiente de recursos y disminuir riesgos en la operación.

Asimismo, la empresa trabajó en otras soluciones con IA durante los últimos meses del año. Es el caso de un proyecto piloto de un asesor de venta, basado en IA generativa, para ayudar a los vendedores entregándoles información necesaria en tiempo y forma para enriquecer la asesoría a los clientes. También, se lanzará un chat con IA generativa para asesorar a las personas en el proceso de construir un proyecto de hogar.

## Avances en última milla

Sodimac impulsó diferentes medidas que permitieron elevar la agilidad, eficiencia y competitividad en su logística. En el propósito de mejorar la experiencia del cliente, se alcanzó una OTIF (entrega de pedidos a tiempo y completos) del 93,6%, el mejor resultado anual obtenido hasta el momento.

Mejoraron significativamente los tiempos de despacho a los clientes. Se logró un 64% de entregas en menos de 48

horas, alcanzando un 90% de cumplimiento de velocidad en la Región Metropolitana en el último trimestre. La habilitación de *Same Day Delivery* en todas las regiones con el surtido completo de las tiendas fue otro hito.

La implementación del proceso de planificación integrada, conocido como S&OP, está entre los logros del período. Este modelo permitió anticiparse y planificar estratégicamente, obteniéndose una mayor visibilidad y alineación entre las áreas.

El 2024 fue también clave en términos de optimización y uso eficiente de recursos. Se registró una mayor eficiencia operativa con los equipos, lo que redujo los FTE's (Full Time Equivalent) en un 6% respecto al 2023 y un 12% en relación con 2022, lo que se tradujo en un 5,6% menos de gasto de personal en comparación con el año anterior.

Las medidas ejecutadas este año se tradujeron en una mayor actividad a un menor gasto: la firma despachó un 7% más de m<sup>3</sup> con un 10% menos de gasto.

*Fue un año de gran desarrollo para el negocio digital de Sodimac, que mostró señales positivas en mejora en los márgenes, ticket promedio, aumento de clientes que compraron y visitas totales de más de 280 millones. El relanzamiento de Sodimac.com como un sitio independiente fue todo un hito. Además, mejoraron significativamente los tiempos de despacho a los clientes.*

## Propuesta comercial

En su compromiso con la innovación constante, Sodimac desarrolló nuevos programas de productos para tiendas y canal digital. Esto abarcó distintas categorías para los clientes hogar y profesionales.

Hubo un especial énfasis en el desarrollo de las marcas propias, lo que permitió que las ventas de estos artículos superaran el 34% del total.

La compañía pudo responder también a las necesidades de los clientes ante los efectos del cambio climático, como los incendios, temporales y olas de calor. Abasteció de manera oportuna a las personas con artículos tales como techumbres, generadores eléctricos y equipos de climatización.

Los buenos resultados comerciales se basan en la alianza estratégica de largo plazo construida con los proveedores. Se realizaron dos de los tradicionales Encuentros con



*La compañía continuó con su plan de expansión y actualización de las tiendas físicas, incorporando los últimos estándares de operación y comerciales. Abrió tiendas en Puerto Montt y Villarrica, reinauguró su local de Viña del Mar y realizó remodelaciones en distintos locales para una mejor experiencia de los clientes.*

Proveedores de Sodimac, eventos en los que la compañía compartió su estrategia para seguir mejorando en beneficio de los clientes con representantes de firmas de distintos tamaños y sectores.

El desarrollo de productos y servicios sostenibles fue otro énfasis, con un fuerte crecimiento de la oferta y del porcentaje que estos representan en la venta total de la compañía.

La marca siguió avanzando además en el reconocimiento de los consumidores y otros públicos de interés en distintos estudios de reputación corporativa, liderando en la categoría de mejoramiento del hogar.

Los socios del Círculo de Especialistas se acercaron al millón, consolidándolo como el programa de fidelización más grande de Latinoamérica en el rubro de la construcción. En tanto, la Gran Feria de Capacitación Internacional resultó todo un éxito en su edición número 12, con más asistencia y personas

capacitadas de forma presencial y online respecto al año anterior.

Destacó también el lanzamiento de distintos programas, como Sodimac Trends, para los generadores de contenidos, y la alianza con Pinterest para potenciar la experiencia omnicanal, los que han tenido muy buenos resultados.

Para proyectarse al futuro, Sodimac siguió avanzando en la gestión responsable de sus impactos ambientales, sociales y de gobernanza, incorporando estos esfuerzos de manera efectiva en la estrategia y gestión del negocio. En ese marco, la empresa fortaleció las iniciativas para el bienestar de sus trabajadores, con un foco importante en la formación, al realizar más de 419 mil horas de capacitación en el año que beneficiaron a 12.239 personas. Además, redujo nuevamente su huella de carbono como resultado de un amplio programa de gestión ambiental; profundizó la inversión social en apoyo de trabajadores, clientes y comunidades; y robusteció su gobierno corporativo, entre otros focos.





# Imperial: Balance de la gestión 2024

*“Fue un período de crecimiento y consolidación de los canales de venta. Continuamos avanzando en la transformación de tiendas tradicionales al modelo de autoservicio, lo que ha fortalecido nuestro liderazgo en el mundo mueblista con un mejor servicio y oferta a los clientes especialistas. Avanzamos también significativamente en la digitalización, incorporando tecnologías que optimizan la experiencia del cliente y los procesos operativos. Seguimos trabajando además en distintas iniciativas en beneficio de nuestros colaboradores, las comunidades aledañas y el cuidado del medioambiente, reduciendo el impacto de nuestra operación”.*

**Rodrigo Fuenzalida,**  
gerente general  
Imperial



La empresa fortaleció su propuesta de valor especialista para proyectos de mueblería, construcción y otros, desarrollando diversas acciones que mejoraron la experiencia omnicanal de los clientes. Transformó al modelo de autoservicio una sexta tienda y potenció su Centro de Experiencia del Cliente (CEM), además de impulsar mejoras tecnológicas y logísticas para un servicio de despacho a los clientes más eficiente.

Imperial continuó el proceso de transformación de sus tiendas tradicionales al modelo autoservicio al remodelar con éxito su tienda en Concepción. Este modelo permite que los clientes tengan acceso directo a los productos, mejorando la experiencia de compra. A lo largo de los años, se ha optimizado y agilizado el proceso de implementación, con más eficiencia y calidad en cada nueva apertura.

El formato de autoservicio ha consolidado el liderazgo de Imperial en el mundo del mueblista. Ha potenciado especialmente su predominancia en tableros de madera y en los servicios para los proyectos. La venta de tableros con servicio de dimensionado, como corte y enchape, tuvo un importante crecimiento de 20% respecto al año anterior. El servicio de dimensionado exprés, en tanto, se incrementó a una tasa de 8% en comparación con 2023.

Esta innovación ha fortalecido además el área de terminaciones con foco en un amplio mix de pisos, baños, pintura y herramientas, entre otras categorías. La firma ha potenciado también su posición en el canal de subdistribución y el mix para encontrar todo lo necesario para el desarrollo y remodelación de la cocina, posicionando a la marca propia Kutz como una alternativa accesible y de calidad.

## Transformación digital

El proceso de transformación digital avanzó significativamente, impulsado por la implementación de diversas tecnologías clave que optimizan la experiencia del cliente y los procesos operativos.

En su estrategia omnicanal, la firma creó soluciones que ofrecen la misma experiencia tanto física como digital. Se desarrolló la venta sin stock con retiro en tienda para compras por la página web y kioscos de autoatención en los locales de autoservicio, con el fin de aumentar la oferta de productos en los locales.

Además, se trabajó en procesos SEO (Search Engine Optimization) para posicionar familias de productos estratégicas, y se avanzó en el contenido, estandarizando



*El formato de autoservicio ha consolidado el liderazgo de Imperial en el mundo del mueblista, especialmente su predominancia en tableros de madera y en los servicios para los proyectos. La venta de tableros con servicio de dimensionado, como corte y enchape, tuvo un importante crecimiento de 20% respecto al año anterior.*

atributos e información de los artículos. Estas mejoras permitieron excelentes resultados en los eventos Cyber, cumpliéndose con los objetivos planteados.

En comercio electrónico, la cadena especialista actualizó sus plataformas de la página y App para ofrecer a los clientes la mejor experiencia de compra y el mayor surtido para sus proyectos.

El cambio de tecnología en cajas fue otro hito, lo que resultó fundamental para agilizar el proceso de pago en el modelo autoservicio. Este adelanto, con un enfoque principal en la mejora de la lectura de códigos, hizo más eficiente y rápido el viaje de compra.

La puesta en marcha de la herramienta de gestión de turnos Shift fue otro paso crucial en la transformación digital. Esta se integra con toda la información necesaria para pronosticar la demanda de atención en tiendas, lo que posibilita asignar turnos de manera más precisa y mejorar el servicio.

A su vez, se avanzó en la digitalización del área de postventa con foco en la comunicación digital con los clientes a través de redes sociales. Este canal fortaleció

el vínculo, ya que permite estar cerca de ellos en todo momento y ofrecerles soporte de manera ágil y eficaz. Con estas acciones, se siguió consolidando la apuesta por la innovación tecnológica, mejorando la experiencia del cliente en todos los puntos de contacto.

## Inversiones tecnológicas

La compañía implementó distintas medidas en la logística, que posibilitaron aumentar en 10% la tasa de llenado de camiones y disminuir en igual porcentaje el gasto de flete. Hubo también un incremento de 14% de proveedores *Cross Docking*. Adicionalmente, se modernizó la flota y se licitó el Transporte Troncal Región Metropolitana.

Se implementó TMS (*Transportation Management System*) Última Milla para asignación automática del transporte y rutas. Se trata de un gran logro, que mejorará el servicio de entrega a los clientes. Perfecciona la administración de cargas y sus destinos, con trazabilidad en línea e información a los clientes en detalle sobre sus pedidos.

Se centralizaron, a su vez, los despachos, unificando la gestión, coordinación y control de transporte, y se





*Como parte de su estrategia omnicanal, la firma creó soluciones que ofrecen a los clientes la misma experiencia tanto física como digital. Se desarrolló la venta sin stock con retiro en tienda para compras por la página web y kioscos de autoatención en las instalaciones de autoservicio, con el fin de aumentar la oferta de productos en tienda.*

desarrollaron hubs de tiendas para potenciar los envíos desde esas instalaciones, mejorando los plazos de entrega.

En tecnología, resaltó la migración de más de 400 controles a Jadapi. Esto permitió mitigar la obsolescencia tecnológica y avanzar en el desarrollo de servicios multiplataforma. Las cajas de auto servicio se cambiaron también a Jadapi, lo que optimizó los procesos de caja para las personas y resolvió problemas endémicos.

En materia de consentimiento y privacidad de datos, la empresa adhirió a las definiciones normativas y corporativas legales respecto de la captación del consentimiento y tratamiento de estos. En tanto, se realizó la recertificación 2024-25 PCI V 4.0 (Payment Card Industry Data Security Estándar), lo que posibilita una certificación internacional en estándares de seguridad internacionales para procesos de pagos con tarjeta.

Por otra parte, se traspasó la plataforma de Imperial App B2C a la tecnología Flutter, evitando la obsolescencia

de tecnología y término de soporte. Hubo migración también de ORACLE Commerce Cloud a Open StoreFront Framework para Web B2C.

## Calidad del servicio

El Centro de Experiencia del Mueble (CEM) tuvo un importante crecimiento, alcanzando a más de 4.000 clientes gracias a una ampliación significativa en la oferta de cursos y capacitaciones. Imperial busca ser un socio en sus proyectos, ofreciendo también inspiración, materiales y soluciones inteligentes para arquitectos, diseñadores y especialistas. El CEM se expandió a nueve regiones, con la apertura de los primeros centros en Puerto Montt y Concepción.

Los avances en la calidad del servicio, con el objetivo de servir cada vez mejor a los distintos segmentos de clientes, se reflejó en una mejora del indicador NPS (Net Promoter Score) en tiendas.



La empresa mostró un gran crecimiento en la participación de sus clientes caracterizados, alcanzando un incremento del 7% en comparación con el año anterior. Ello refleja el fortalecimiento de la relación con los consumidores más leales a través de estrategias enfocadas en la personalización de la experiencia de compra y en la fidelización.

En el área de marketing, se lograron avances significativos en el propósito de consolidar la presencia de Imperial tanto en el público mueblista como contratista. A través de campañas innovadoras y estrategias de marketing digital, se fortaleció la conexión emocional con las personas.

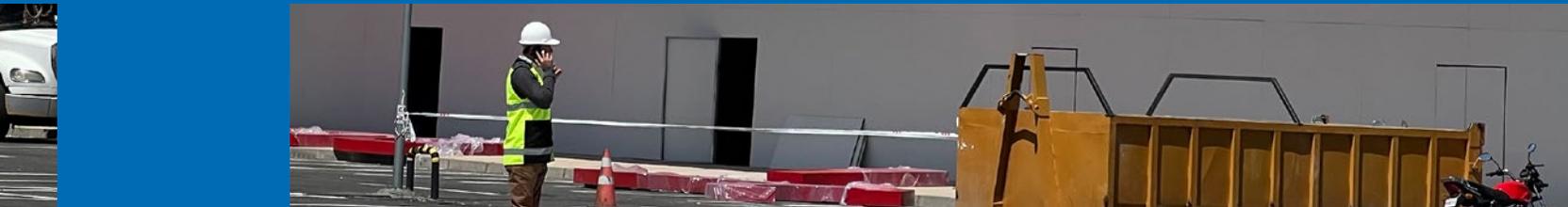
Adicionalmente, la alianza con influencers y especialistas mueblistas y contratistas fue clave para fortalecer la

percepción de marca como referente en herramientas de alta calidad, melaminas, pisos y productos para la remodelación de baños y cocinas.

La cadena organizó todos los meses las Ferias de Especialistas, con presentaciones innovadoras y demostraciones en vivo de sus productos. A ello se sumaron campañas enfocadas en proyectos para los especialistas, lo que permitió afianzar la relación con clientes y proveedores.

En sostenibilidad, la compañía profundizó sus acciones en beneficio de sus trabajadores, las iniciativas hacia comunidades aledañas y sus programas para disminuir el impacto de su operación en el medioambiente y promover la economía circular.

# Perfil de Sodimac





# Documentos constitutivos

Sodimac S.A. está inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) de Chile, bajo el N° 850, de fecha 22 de octubre de 2004. La empresa se constituyó inicialmente como Sociedad Anónima Cerrada el 20 de mayo de 1996, ante el notario público Félix Jara Cadot, con el nombre de "Fados S.A.", inscribiéndose un extracto de esa escritura en el Registro de Comercio de Santiago a fojas 11.989, N° 9.726. Posteriormente, ante el notario público Enrique Morgan Torres, el 26 de agosto de 1996 se redujo a escritura pública el acta de la Junta Extraordinaria de Accionistas en que se acordó el cambio de la razón social por la de "Casa y Hogar S.A."

En Junta Extraordinaria de Accionistas del 31 de julio de 2002, cuya acta se redujo a escritura pública ese mismo día ante el notario Alberto Mozó Aguilar, se acordó cambiar nuevamente la razón social por la de Homestore S.A. y modificar su objeto, estableciendo como giro principal de la sociedad operar, directa o indirectamente, una cadena de tiendas para desarrollar el negocio de venta al por menor y al por mayor de materiales de construcción y productos de decoración, alhajamiento y mejoramiento del hogar.

Posteriormente, en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 30 de abril de 2004, cuya acta se redujo a escritura pública en la misma fecha ante el notario Alberto Mozó Aguilar, se acordó aumentar el capital de la

sociedad, incremento que fue pagado, en parte, mediante el aporte que efectuaron los accionistas de la totalidad de acciones que poseían en la sociedad Sodimac Uno S.A., la que se disolvió absorbiendo de este modo Homestore S.A. el total de sus activos y pasivos. Se modificó, además, el nombre de la sociedad, que pasó a llamarse Sodimac S.A., y se acordó someterla a las normas de las sociedades anónimas abiertas.

Según lo acordado en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 1 de junio de 2017, cuya acta fue reducida a escritura pública esa misma fecha en la Notaría de Santiago de Francisco Leiva Carvajal, Sodimac S.A. es una sociedad anónima cerrada que se rige por sus estatutos y las disposiciones legales que le fueran aplicables.

La Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 30 de noviembre de 2021 aprobó la modificación de los estatutos de la sociedad, según consta en la escritura pública de esa misma fecha en la Notaría de Roberto Antonio Cifuentes Allel, extracto que se inscribió a fojas 96.867 N° 44.637 del Registro de Comercio de Santiago del año 2021. Sin afectar la capacidad de la sociedad para desarrollar su negocio y giro habitual, se aprobó la división de la sociedad, surgiendo una nueva sociedad de responsabilidad limitada denominada "Inversiones Sodimac Limitada".



## Marco normativo:

Sodimac S.A. es una sociedad anónima cerrada que se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, la Ley N° 18.045 de Mercado de Valores y la normativa de la Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF). La empresa, en el desarrollo de sus actividades específicas, también se encuentra sometida a las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor; las normas que resguardan la libre competencia y las normas de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), entre otras.



# Propósito, misión, visión y valores

## Propósito

El propósito común para todas las unidades de negocio de Falabella es  
*“Simplificar y disfrutar más la vida”.*

*“Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”,*  
es el propósito específico de Sodimac.

## Misión

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

## Visión

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

## Valores

Junto con los valores del **REIR** que caracterizan la cultura Sodimac (**R**ESPETO, **E**XCELENCIA, **I**NTEGRIDAD y **R**ESPONSABILIDAD), la empresa tiene los siguientes valores 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**





# Historia

## Hitos

Sodimac se fundó hace más de 70 años 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, conservando su cultura distintiva e innovando sistemáticamente para mantenerse a la vanguardia, la empresa ha desarrollado un modelo de negocio y distintos formatos de tiendas y canal online que le han permitido satisfacer las necesidades de sus clientes familias, maestros contratistas y pequeños especialistas, así como constructoras medianas y grandes, y consolidarse como líder del mercado de mejoramiento del hogar.

**1952**

En Chile nace Sodimac, como una cooperativa abastecedora de empresas del rubro de la construcción.

**1988**

La empresa introduce el formato de venta al detalle Homecenter, para satisfacer en un solo punto de venta las necesidades de mejoramiento del hogar.

**2000**

Se inaugura un nuevo estilo de tiendas, que combina un local Homecenter, una sala y patio Constructor.

**2003**

Se firma la fusión empresarial de Sodimac con Falabella.

**2007**

La empresa complementa su oferta a especialistas con la compra del 60% de la cadena Imperial, líder en distribución de maderas y tableros en Chile.

**2009**

Sodimac inaugura Homecenter Copiapó, primera tienda del rubro en Latinoamérica en obtener la certificación LEED del US Green Building Council.  
Se lanza Homy, una nueva propuesta de tienda que busca masificar el diseño y la decoración.

**1982**

Dersa compra los activos operacionales de Cooperativa Sodimac y forma la Sociedad Sodimac.

**1992**

Se crea el formato Sodimac Constructor, dirigido a contratistas, maestros especialistas y pequeñas empresas constructoras.

**2002**

Homecenter Sodimac se integra al Marketing Hall of Fame como Mejor Marca Actual.

**2005**

Apertura de la oficina comercial en China.

**2008**

Sodimac obtiene Premio Carlos Vial Espantoso por sus buenas prácticas laborales.



## 2010

Sodimac Chile es la primera firma de retail en América Latina en lograr la máxima calificación internacional en reportes de sostenibilidad: Nivel A+ GRI Checked, con verificación externa.

Sodimac es una de las primeras empresas de la región en adherir y comenzar a implementar los lineamientos de la nueva Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

## 2013

La empresa se integra a Sedex, organización internacional sin fines de lucro, cuyo objetivo es impulsar mejoras en las prácticas empresariales en materia de ética y responsabilidad de sus cadenas de suministro.

## 2017

Se incorporan sistemas de automatización de última generación al proceso de despacho a domicilio en el Centro de Distribución (CD) Lo Espejo y se pone en operación un patio de contenedores propio.

Se avanza en la incorporación de energías renovables (ER) con la instalación de paneles solares en las tiendas y mediante el acuerdo de la compañía matriz Falabella para abastecer instalaciones con ER.

## 2019

Se incorpora nuevo sistema automatizado de robots Super Butler System (SBS) en el CD Lo Espejo, incrementando la eficiencia en la preparación de productos y disminuyendo los esfuerzos de reposición en tiendas.

Sodimac Chile lanza su Primer Programa de Innovación Abierta con startups.

En el marco de los esfuerzos contra el cambio climático, todos los despachos de productos a clientes en Chile son carbono neutral.

Sodimac adhiere al "Pacto Chileno de los Plásticos", sumándose a los esfuerzos de colaboración para proponer nuevas formas de fabricación, uso, reutilización y reciclaje.

## 2011

Sodimac Chile mide por primera vez su huella de carbono, transformándose en la primera firma de retail del país que incorpora en esta medición a clientes, proveedores y trabajadores.

Sodimac se suma como empresa fundadora de la Bolsa del Clima de Santiago (SCX), iniciativa pionera en Latinoamérica.

## 2016

Sodimac fue invitado a integrar la comunidad Gold del Global Reporting Initiative (GRI), que tiene por objetivo impulsar la transparencia en las empresas del mundo.

## 2018

Sodimac ingresa a "The Circular Economy 100" (CE100) de la Fundación Ellen McArthur, comunidad que busca impulsar una economía circular a nivel mundial.

## 2020

Sodimac inaugura nuevo espacio Jardín PRO e inicia piloto de tienda Express.

Se lanzan los servicios de Asesoría en Decoración Online (asesoría personalizada en decoración) y Venta Online Asistida (asesoría de vendedores a través de videollamada). En conjunto con la startup Lazarillo, esta última innovación se hizo también disponible para personas con discapacidad visual.

Se pone en marcha Servicio Same Day Delivery.

La empresa recibe la certificación del programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), que distingue a las compañías que transportan al menos el 50% de su carga en camiones con sello Giro Limpio, comprometidos con la eficiencia energética y disminución de emisiones. Fue seleccionada para participar en la nueva Aceleradora de Electromovilidad.



## 2021

Se lanzó Sodimac Media, un nuevo modelo de negocios para conectar con proveedores y clientes de manera diferenciada, con acciones exclusivas por marca, a través de un portafolio de productos digitales y publicidad en tiendas.

Se incorporaron los primeros corners Imperial en tiendas Sodimac Homecenter, ampliando la oferta al cliente profesional mueblista.

## 2023

Sodimac se transformó en el primer retailer en Latinoamérica en obtener la certificación FSC, que reconoció la gestión responsable de su madera marca Timbermac.

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.

## 2022

Se lanzaron las guías “Empaques y Embalajes” y “Sistema de Productos Sostenibles”, para compartir buenas prácticas con proveedores y profundizar los esfuerzos en conjunto en estas materias.

La Bolsa de Clima de Santiago (SCX) y Deloitte reconocieron a Sodimac entre las cinco empresas con más avances en la medición y reducción de su huella de carbono. El informe, que se presentó en el pabellón chileno de la COP27 de Egipto, evaluó a las 100 compañías de mayor tamaño en Chile.



## 2024

Se relanza Sodimac.com como un sitio independiente, fortaleciendo el posicionamiento especialista.

Se pone en marcha Sodimac Trends, nuevo programa para generadores de contenido que busca acercar los productos a los clientes e inspirarlos en sus proyectos de hogar.

Concluye un segundo proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos.



# Estrategia de Sodimac y ecosistema Falabella

Sodimac Chile tiene una estrategia basada en tres pilares: experiencia del cliente, rentabilidad y crecimiento, y sostenibilidad, con metas a 2025, soportadas por el ecosistema físico-digital del grupo Falabella, buscando fortalecer la oferta de valor y entregar soluciones diferenciadoras. La estrategia de sostenibilidad está incorporada en el proceso formal de planificación en el que participan directivos y los distintos estamentos de la empresa.

En 2024 se continuaron priorizando los siguientes ámbitos de acción: impulsar una organización cada vez más efectiva y productiva; focalizar las decisiones de inversión y asignación de capital en potenciar la rentabilidad; y reenfozar la estrategia digital y desarrollo del ecosistema, pensando siempre en la experiencia del cliente y avanzando también en paralelo en la gestión responsable de impactos ambientales, sociales y de gobernanza.

## Sodimac es uno de los 5 motores del grupo Falabella





# Construyendo la Casa del Futuro

Nuestra Casa cuenta con tres pilares que sostienen nuestra estrategia:



PILAR 1

### Experiencia del cliente:

Trabajamos para ser el aliado que acompaña a nuestros clientes en cada paso, desde la planificación hasta la realización de sus ideas. Nos esforzamos para que el cliente se sienta acompañado en todo momento, y que su experiencia sea resolutiva y sin fricciones.



PILAR 2

### Rentabilidad y crecimiento:

Nos desafiamos constantemente para crecer de forma rentable y superar nuestras metas. Cuando Nuestra Casa crece, también crecen nuestros trabajadores, clientes y proveedores.

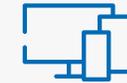


PILAR 3

### Sostenibilidad:

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

Para lograr nuestra estrategia, ponemos atención en dos focos:



### 1. Productividad operacional y logística:

Buscamos continuamente simplificar, agilizar y automatizar nuestros procesos para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes mientras continuamos creciendo de forma rentable.



### 2. Experiencia omnicanal sin fricciones:

Potenciamos nuestros canales físicos y digitales para ofrecer a nuestros clientes una propuesta de valor personalizada y diferenciadora que resuelva sus requerimientos en el menor tiempo posible.

Y no podríamos lograr esto sin:

1. Personas
2. Tecnología
3. 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, fomentando una cultura ágil que promueva la colaboración, innovación,

trabajo en equipo y el empoderamiento, siempre colocando a nuestros clientes y proveedores al centro.

De la misma forma, nuestra infraestructura física en tiendas, bodegas y oficinas, y digital

en nuestra página web y app son una parte fundamental para materializar nuestra propuesta de valor. Finalmente, nuestra tecnología nos permite optimizar operaciones y procesos a la par que promueve la innovación y la creación de nuevas capacidades.

## Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.



**SODIMAC**®



# Principales premios y reconocimientos 2024

- Sodimac fue reconocida como una de las empresas más responsables del país en el Ranking Merco ESG 2023. Se ubicó 1ª en el sector retail y 8ª en el ranking general.
- Sodimac fue elegida como una de las marcas más valoradas por las personas en el estudio CHILE3D 2024 desarrollado por NIQ-GfK. Fue reconocida como marca de excelencia y 1ª en la categoría "Mejoramiento del Hogar y Construcción".
- Sodimac fue reconocida entre las Marcas Ciudadanas y 1ª en la categoría Tiendas de Mejoramiento del Hogar, en los ranking elaborados por Cadem durante el primer y el segundo semestre de 2024.
- Sodimac lideró en la categoría "Mejoramiento del Hogar" del Ranking B-Brands 2024, elaborado por la consultora Better Brands y Pacto Global Chile, estudio que mide las expectativas y percepciones del consumidor frente a las marcas y su contribución al entorno, basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.
- Sodimac se situó nuevamente entre las empresas con mejor percepción de los consumidores en materia de sostenibilidad, de acuerdo con el "Monitor de Sostenibilidad Empresarial 2024" que realiza Ipsos. La empresa se ubicó en 1º lugar entre las compañías del sector Mejoramiento del Hogar y 4º puesto general del Índice de Percepción de Sostenibilidad Empresarial.
- Sodimac fue reconocida por segundo año consecutivo con el premio "Mejores Empresas Pagadoras (MEP)", según el ranking que elaboran la Bolsa de Productos de Chile (BPC) y la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech).
- Sodimac fue destacada como una de las empresas en la que las personas más confían, de acuerdo con el estudio ICRESO que realiza la consultora Almabrand. Ocupó el 1er puesto en la categoría "Mejoramiento del Hogar", el 12º del ranking general y recibió un premio especial por estar sostenidamente entre las marcas que generan más confianza durante los 10 años de existencia del estudio.
- Sodimac fue reconocida por 5º año consecutivo con el 1er lugar en la categoría "Mejoramiento del Hogar" del Ranking Most Innovative Companies Chile 2024, que elabora el ESE Business School de la Universidad de los Andes y la consultora MIC Business Consulting.
- En reconocimiento a las acciones para reducir el impacto de sus emisiones, Sodimac logró el Sello de Excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente por 5º año consecutivo, además de los de Cuantificación y Reducción de gases de efecto invernadero (GEI).
- Sodimac fue destacada como una de las empresas más valoradas del país, según el ranking de reputación corporativa "Empresas Humanas 2024" elaborado por True Brands y GfK, encabezando también la categoría "Hogar/Mejoramiento del Hogar".
- Sodimac resaltó como la marca más valorada en la categoría "Hogar" en el estudio Total Brands Chile 2024, además de ubicarse en el puesto 9 del ranking general.
- La gerente de marketing de Sodimac Chile, Carolina Auad, fue destacada como la mejor "Profesional de Marketing" de Chile 2024 en los premios MKTG BEST que entrega Valora.
- La empresa recibió por segundo año consecutivo el Sello Transforma, por su compromiso con la inserción laboral de jóvenes en situación de vulnerabilidad.
- Sodimac obtuvo por sexto año consecutivo la certificación "Mejores Lugares para Trabajar LGBTI+" en el programa Equidad CL, que desarrollan Human Rights Campaign (HRC), Fundación Iguales y Pride Connection Chile.
- Sodimac obtuvo el 2º lugar en la categoría "Mejor Estrategia de Employee Experience" del Premio a las Mejores Prácticas de Experiencia de Cliente en Chile, que entrega la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC Chile).
- Sodimac ocupó el 1er lugar mejoramiento del hogar y 39 de la medición general entre las principales compañías del Ranking Merco Talento Universitario Chile 2024 elaborado por Merco y Laborum.
- Sodimac se ubicó en la categoría Oro, la más destacada del ranking de reputación corporativa que elaboran Ipsos e INC Consultores.
- Sodimac lideró el sector de mejoramiento del hogar en el Ranking Merco Empresas 2024 sobre reputación corporativa, obteniendo el puesto número 19 del ranking general.
- Sodimac fue la única empresa en obtener dos reconocimientos en la primera edición de los premios "Por un Techo". TECHO-Chile distinguió a la compañía en la categoría "Trayectoria Destacada" por su alianza de más 16 años con esta fundación, y en "Aporte a la Vivienda" por su contribución a soluciones habitacionales definitivas y transitorias.



# Propiedad

Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar de Falabella S.A., 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:

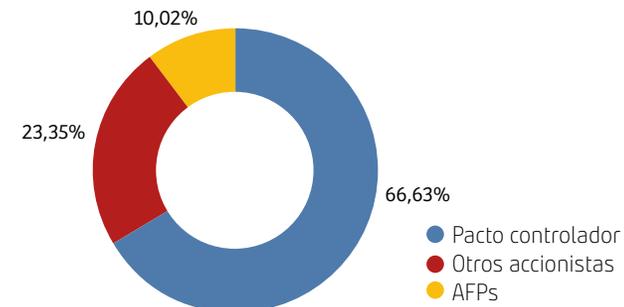
## Acciones de Sodimac S.A.

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%
<b>Total Controladores</b>		<b>17.758.158.202</b>	<b>100%</b>

## Grupo Controlador

Falabella S.A. es controlada por los grupos de accionistas que se detallan en el anexo I. Al 31 de diciembre de 2024, el grupo controlador poseía el 66,63% de las acciones del capital social de Falabella S.A. Los referidos controladores tienen un acuerdo de actuación conjunta conforme al texto definitivo y refundido del Pacto de Accionistas que se suscribió el 24 de septiembre de 2013, que contiene limitaciones a la libre disponibilidad de sus acciones.

## Estructura de propiedad de Falabella S.A.



Falabella S.A. tiene acciones de una sola serie.

## 12 mayores accionistas al 31 de diciembre de 2024 de Falabella S.A.

Nombre o razón social	RUT	N° de acciones	% de la propiedad
Lucec Tres SpA	99.556.440-8	267.803.642	10,67%
Inversiones don Alberto Cuatro SpA	99.552.470-8	259.326.840	10,34%
Inversiones San Vitto Limitada	77.945.970-5	243.698.146	9,71%
Dersa S.A.	95.999.000-K	205.419.996	8,19%
Inversiones Santa Victoria SpA	77.687.769-7	108.658.755	4,33%
Inversiones Cinco Terre SpA	77.687.768-9	108.658.754	4,33%
Bethia S.A.	78.591.370-I	103.913.701	4,14%
Banco de Chile por Cuenta de State Street	97.004.000-5	87.889.345	3,50%
Banchile Corredores de Bolsa S.A.	96.571.220-8	79.817.300	3,18%
BICE Inversiones Corredores de Bolsa S.A.	79.532.990-0	78.067.991	3,11%
Banco Santander Chile	97.036.000-K	67.398.038	2,69%
Banco Santander por Cuenta de Inversionistas Extranjeros	97.036.000-K	59.016.329	2,35%



## Propiedad directa e indirecta de directores

Director	Sociedad	% participación al 31 dic 2023	% participación al 31 dic 2024
Juan Pablo del Río Goudie	Conforme se detalla en el cuadro de propiedad y control de Falabella S.A. (matriz de Sodimac S.A.), el señor Juan Pablo del Río Goudie participa del grupo controlador de Falabella S.A. a través del Grupo Dersa, cuyo porcentaje de participación en la propiedad de dicha sociedad es el que se indica a continuación para cada una de las fechas que se señalan.	14,18%	14,38%
Sandro Solari Donnagio	Conforme se detalla en el cuadro de propiedad y control de Falabella S.A. (matriz de Sodimac S.A.), el señor Sandro Solari participa del grupo controlador de Falabella S.A. a través del Grupo San Vitto cuyo porcentaje de participación en la propiedad de dicha sociedad es el que se indica a continuación para cada una de las fechas que se señalan.	10,77%	10,94%
Sebastián Arispe Karlezi	Conforme se detalla en el cuadro de propiedad y control de Falabella S.A. (matriz de Sodimac S.A.), el señor Sebastián Arispe Karlezi participa del grupo controlador de Falabella S.A. a través del Grupo Auguri, cuyo porcentaje de participación en la propiedad de dicha sociedad es el que se indica a continuación para cada una de las fechas que se señalan.	12,73%	12,73%
Víctor Pucci Labatut	Conforme se detalla en el cuadro de propiedad y control de Falabella S.A. (matriz de Sodimac S.A.), el señor Víctor Pucci Labatut participa del grupo controlador de Falabella S.A. a través del Grupo Dersa, cuyo porcentaje de participación en la propiedad de dicha sociedad es el que se indica a continuación para cada una de las fechas que se señalan.	14,18%	14,38%





# Dividendos

La Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada el 17 de abril de 2024, acordó por unanimidad y conforme a lo dispuesto en la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas y en los estatutos de la sociedad, distribuir anualmente como dividendo en dinero a sus accionistas a lo menos el 30% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. También facultó al directorio para que durante el ejercicio y de acuerdo con las necesidades de la sociedad y la disponibilidad de caja social, reparta dividendos provisorios con cargo a la utilidad del ejercicio.

Para determinar la utilidad líquida distribuable a considerar para el cálculo de los dividendos mínimos y obligatorios requeridos por las leyes vigentes en Chile, se ha optado como política que no se efectuarán ajustes a "la ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora", presentada como tal en el Estado de Resultados Integrales anuales de la compañía, preparados de acuerdo con normas internacionales de información financiera.

Año	Dividendos pagados por acción	Fecha de pago	Pesos	Periodo utilidades
2022	Dividendo definitivo pagado en abril	25 abril 2022	7,7868	Utilidades del 2021
	Dividendo provisorio pagado en octubre	10 octubre 2022	0,7607	Utilidades del 2022
2023	Dividendo definitivo pagado en abril	24 abril 2023	0,8605	Utilidades del 2022
2024	No se distribuyeron dividendos en el ejercicio	-	-	-

## Otros valores emitidos por la entidad al cierre del ejercicio 2024

Para ver el detalle de Otros Pasivos Financieros, ir a la Nota 20 de los Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A.

Utilidad Distribuable	M\$
Utilidad del ejercicio	617.136
Utilidad Distribuable	1.687.297
Div. Provisorio pagado en el ejercicio	-
<b>Total dividendos pagados</b>	<b>-</b>
<b>Dividendos pagados sobre utilidad distribuable</b>	<b>-%</b>





# Gobierno corporativo





# Marco de gobernanza

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.

El gobierno corporativo de Sodimac se estructura a partir de un directorio con 9 integrantes (ocho hombres y una mujer), sin suplentes, que ejercen el cargo por tres años desde la fecha de su elección por la junta de accionistas. El actual directorio fue elegido en la Junta Ordinaria de Accionistas del 17 de abril de 2024 por el periodo estatutario de 3 años. 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.

Los directores establecen los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, velan por su cumplimiento y responden frente a los accionistas. Tanto el directorio como la plana ejecutiva han adoptado

el modelo de sostenibilidad como una herramienta estratégica, conforme a 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 principios del Global Reporting Initiative (GRI); los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); la norma ISO 26000; y las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

El directorio supervisa el desempeño y la gestión de la empresa en sus diversos ámbitos, recibiendo en cada sesión reportes del gerente general y los máximos ejecutivos. Ningún director desempeña cargos administrativos en la compañía.

Tanto Sodimac Chile como su filial Imperial tienen sus respectivos comités ejecutivos o equipos gerenciales, que controlan y gestionan su desarrollo económico, social y medioambiental.

## Ranking Merco Responsabilidad ESG

Sodimac fue reconocida como una de 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.

Sodimac lideró en el sector retail y se ubicó en el lugar ocho, el mismo puesto del informe anterior. El estudio se realizó entre abril de 2023 y marzo de 2024, y se basó en 44.024 encuestas a 24 diversas fuentes, entre las que se incluyen trabajadores, asociaciones de consumidores, sindicatos, ONG, representantes de Gobierno, directivos de empresas, expertos en sostenibilidad, analistas financieros, periodistas y social media managers. Adicionalmente, se analizaron las políticas de cada empresa en los ámbitos analizados.

## “Caminatas”

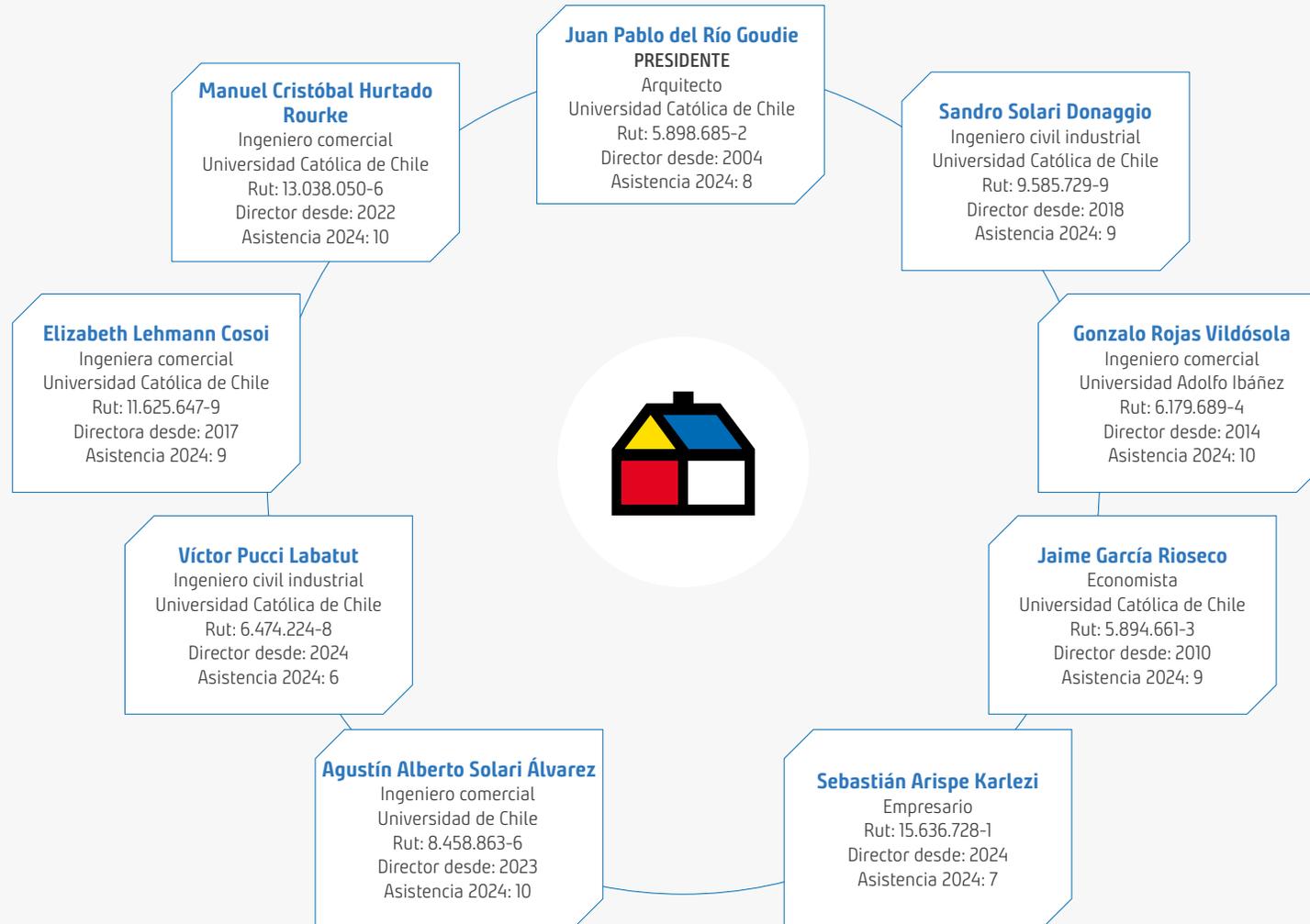
El gerente general, la plana ejecutiva principal (y otras jefaturas) tienen la práctica de realizar “caminatas” semanales a tiendas y otras instalaciones a lo largo del país, para conocer su estado y funcionamiento, así como entender las preocupaciones y recoger retroalimentación directa de los trabajadores que allí se desempeñan para introducir mejoras. Estas visitas se realizan habitualmente cada jueves y a algunas de estas se suman integrantes del directorio.

En 2024, el presidente del directorio Juan Pablo del Río y los directores Sandro Solari, Agustín Solari, Víctor Pucci y Sebastián Arispe realizaron 5 visitas formales a tiendas y centros de distribución.



# Directorio

Al 31 de diciembre de 2024





## Distribución

### Número de personas por género



No existen cuotas de género para la selección de candidatos al directorio ni para la elección de estos, optando por quienes mejor representen a los accionistas o puedan aportar dada su experiencia y trayectoria, sin importar su género.

### Número de personas por nacionalidad



### Número de personas por rango de edad



### Número de personas por antigüedad



Ningún miembro del directorio es una persona con discapacidad y no hay directores suplentes.

No hay directores independientes.

De acuerdo con los estatutos de la compañía, las sesiones ordinarias de Directorio se deben celebrar al menos mes por mes por medio. Los directores tienen acceso, a través de una aplicación electrónica de acceso remoto, a los informes de gestión y documentación de respaldo, respecto de cada una de las materias que se tratan en las reuniones. La información de estos informes y documentos, así como de las actas, se registran a través de medios digitales, disponibles de manera segura y remota para el directorio.

El directorio de la compañía acordó que las sesiones que consideren participación remota se realicen mediante llamado telefónico en conferencia o por los sistemas Zoom, Teams, Webex o Skype, o una combinación de ellos, para que quienes asistan lo puedan hacer a través de ordenadores personales, hardware de videoconferencia, tablets, teléfonos celulares u otros medios tecnológicos. Además, acordó que cuando en una sesión del directorio la mayoría de sus miembros esté presente en el mismo

lugar físico, esa reunión se entenderá celebrada en dicho lugar, y que cuando la mayoría de sus miembros participe mediante medios tecnológicos, tal sesión se entenderá celebrada en aquel lugar virtual conformado por la concurrencia del sistema de transmisión y recepción que permitió la interacción de los directores en tiempo real y de manera simultánea. Asimismo, también decidió que, salvo acuerdo contrario adoptado en la sesión, todas las actas y constancias del directorio, y las declaraciones de responsabilidad de sus miembros, sean suscritas mediante firma electrónica simple. Estas decisiones surgen a partir de lo establecido por la Norma de Carácter General N°450 de la Comisión para el Mercado Financiero, que imparte instrucciones respecto de los medios tecnológicos autorizados para la celebración de sesiones de directorio.

Por último, el directorio acordó su forma de operación en situaciones de contingencia o crisis, con el detalle de las notificaciones, reuniones y acciones que deben adoptarse.

### Matriz de conocimientos, habilidades y experiencia del directorio de Sodimac S.A.

Directores con dos periodos o más en el Directorio de Sodimac S.A.	2
Directores con cinco periodos o más en el Directorio de Sodimac S.A.	5
Directores con estudios universitarios	8
Directores con estudios de postgrado	5
Directores con participación en el comité de directores (Comisión de Auditoría)	3
Directores con participación actual o pasada en otros directorios	9
Directores con participación en organizaciones sin fines de lucro	5
Directores con experiencia en cargos ejecutivos	9



## Evaluación y capacitación al directorio

Cuando asumen el cargo, los nuevos directores se someten a un proceso de inducción, que incluye la descripción y entrega de documentos y antecedentes relevantes sobre la operación de la organización, para que conozcan de primera mano los principales aspectos relacionados con la gestión, negocios y riesgos de la compañía, así como su política de sostenibilidad.

El grupo Falabella organiza dos jornadas de capacitación al año para directores de la matriz y filiales, a las que asisten los directores de Sodimac. Además, existe una plataforma con cursos digitales disponibles para todos los directores, en materias relacionadas con la prevención de delitos, libre competencia y protección de datos personales.

En 2024, no se realizó una evaluación a los directores. La empresa buscará implementar esta práctica de manera sistemática para evaluar el desempeño eficaz y eficiente de cada integrante, y detectar e introducir mejoras.

## Comités del Directorio

Si bien Sodimac es una sociedad anónima cerrada y no está obligada a tener un comité de directores de conformidad al artículo 50 bis de la Ley N.º 18.046 sobre Sociedades Anónimas, cuenta con una Comisión de Auditoría compuesta por 3 miembros. Al 31 de diciembre de 2024, dicha comisión estaba integrada por los directores Jaime García Rioseco, Sandro Solarí Donaggio y Gonzalo Rojas Vildósola, quienes también ejercieron esa responsabilidad en 2023. Durante el año, revisó materias

propias de su competencia encargadas por el directorio, incluidas 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 para ver la evolución en los planes de acción para mitigarlos; actividades y programas de Gobernanza Ética y Cumplimiento; programa de Prevención del Delito; así como el examen de operaciones con partes relacionadas conforme al título XVI de la LSA y la política de habitualidad de la compañía.

- La Gerencia de Contraloría (Auditoría Interna) reporta las situaciones de interés a lo menos trimestralmente a la Comisión de Auditoría.
- Cada semestre se efectúa una presentación al Directorio, con las situaciones relevantes.
- La gestión de impactos es supervisada por el directorio y la Comisión de Auditoría, a través de reuniones mensuales.
- Dos directores, entre ellos el presidente, participan también en el comité consultivo de “Construyendo Sueños de Hogar”, uno de los programas emblemáticos de la empresa en el ámbito social.
- El Comité de Compensación y Talento de la compañía matriz Falabella S.A. analiza y propone políticas de compensación para los ejecutivos de la compañía y de otras unidades del grupo, tomando como base la información interpretada por la consultora

global Mercer, un organismo independiente a la compañía, con experiencia en materia de compensaciones. Las estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del Gerente General y demás ejecutivos principales son aprobadas anualmente por el directorio de Falabella S.A. Los accionistas de Sodimac S.A. sólo se pronuncian con respecto a la remuneración de los directores en la Junta Ordinaria de Accionistas que se celebra cada año. Por su parte, es el directorio quien fija y determina la remuneración de los miembros de la Comisión de Auditoría de Sodimac S.A.

- La sociedad no cuenta con planes de compensación o beneficios especiales dirigidos exclusivamente a sus ejecutivos principales. La estrategia de compensación se basa en principios de equidad y competitividad, y asigna una compensación de acuerdo con el rol de responsabilidad y desempeño de cada posición en la compañía.



## Pagos al Directorio

Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 17 de abril de 2024 se aprobó que los integrantes del Directorio perciban una dieta mensual de 55,56 UF brutas, y en el caso del presidente, una dieta mensual de 333,33 UF brutas.

### Remuneraciones del directorio (valores brutos)

	2023 M\$	2024 M\$
Juan Pablo del Río Goudie	142.593	149.709
Paola Cúneo Queirolo	6.956	-
Jaime García Rioseco	23.766	24.974
María Cecilia Karlezi Solari	23.766	7.258
Elizabeth Lehmann Cosoi	23.766	24.974
Gonzalo Rojas Vildósola	23.766	24.974
Sandro Solari Donaggio	23.766	24.974
Catalina del Río Silva	23.766	7.258
Manuel Cristóbal Hurtado Rourke	23.766	24.974
Agustín Solari Álvarez	16.810	24.974
Sebastián Arispe Karlezi	-	16.888
Víctor Pucci Labatut	-	14.783
<b>Total</b>	<b>332.718</b>	<b>345.738</b>

(Nota: Sebastián Arispe Karlezi y Víctor Pucci Labatut se integraron al directorio de Sodimac S.A. el 17 de abril de 2024 en reemplazo de

Cecilia Karlezi Solari y Catalina del Río Silva, respectivamente. Agustín Solari Álvarez se incorporó al directorio de Sodimac S.A. el 18 de abril de 2023, en reemplazo de Paola Cúneo Queirolo).

A excepción del presidente, según lo acordado en Junta de Accionistas, no hay diferencias en la dieta asignada a cada integrante del directorio, por lo que no existe brecha salarial por género.

El directorio no contrató asesorías durante el período. No se contrataron asesorías a la firma auditora externa.

## Comisión de Auditoría

En sesión ordinaria del Directorio de fecha 30 de abril de 2024, se acordó que los miembros del Directorio que forman parte de la Comisión de Auditoría perciban una remuneración de 17 UF líquidas por cada sesión a la que asistan.

Durante 2024, la Comisión de Auditoría celebró cinco reuniones para abordar materias de su competencia, entre ellas, examinó los reportes de auditoría interna, el balance y demás estados financieros trimestrales y anual de la sociedad, incluyendo los informes presentados por los auditores externos, pronunciándose respecto de estos en forma previa a su presentación al directorio, y en su caso a los accionistas, para su aprobación.

La Comisión de Auditoría no contrató asesorías durante el período. No se contrataron asesorías a la firma auditora externa.

### Remuneraciones Comisión de Auditoría (valores brutos)

	2023 M\$	2024 M\$
Jaime García Rioseco	2.030	2.781
Gonzalo Rojas Vildósola	1.367	2.781
Sandro Solari Donaggio	2.030	2.781
<b>Total</b>	<b>5.427</b>	<b>8.343</b>

## Organigrama organizacional





# Ejecutivos principales

## Comité ejecutivo corporativo

(Al 31 de diciembre de 2024)

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



### Carolina Bascuñán Vargas

Gerenta Corporativa de Personas  
Ingeniera Civil Industrial  
Rut: 9.774.356-8  
Fecha de nombramiento: 1 de febrero de 2024



### 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



### Fabio De Petris Duarte

Gerente Corporativo de Administración y Finanzas  
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 Sodimac Chile

(Al 31 de diciembre de 2024)

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 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



### Patricio Díaz Ugarte

Gerente de Cadena de Abastecimiento  
Ingeniero industrial  
RUT: 12.404.477-4  
Fecha de nombramiento: 1 de enero de 2024



### 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



### 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

(Nota: Desde el 1 de enero de 2025, el Gerente de Venta a Distancia, Jonathan Barbarach Cabrera, se integra al Comité Ejecutivo. La Gerencia Comercial, Marketing y Venta a Distancia se transforma desde esa fecha en Gerencia Comercial y de Marketing).



## Remuneraciones e incentivos: Movilizando a los líderes

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. Éstas incluyen variables cuantitativas, como los planes de ventas y de resultados; y cualitativas, como la calidad de servicio, el clima laboral y la evaluación de desempeño, entre otras. Sodimac incorpora en las compensaciones variables de los gerentes generales y sus equipos ejecutivos de todas las unidades de negocio los resultados del Índice 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 2024 remuneraciones e incentivos que alcanzaron M\$22.884.064, mientras que en 2023 la cifra de remuneraciones e incentivos alcanzó M\$27.001.425.

En tanto, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos ascendieron a M\$338.795 en 2024 y a M\$2.580.111 en 2023.





# Marco ético e integridad

## 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.

## Programa de Integridad Corporativo

Sodimac cuenta con un Programa de Integridad Corporativo para identificar, prevenir y abordar eventuales situaciones que contravienen los valores de la empresa. El sistema busca prevenir fraudes, conflictos de intereses 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- recertificó en 2024 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, entre otros. La duración de dos años del certificado resalta el compromiso a largo plazo con estos estándares, así como un monitoreo continuo.

En 2024, la empresa continuó fortaleciendo su gobierno corporativo actualizando su Modelo de Prevención de Delitos y su Política de Prevención de Delitos y Antisoborno. Estas actualizaciones fueron aprobadas por el Directorio y permiten adecuarse a la nueva Ley de Delitos Económicos.

*La empresa no tuvo sanciones en 2024 por incumplimientos regulatorios en este ámbito.*

También se trabajó la nueva Política de Privacidad para Colaboradores que busca informar a los trabajadores sobre cómo Sodimac trata sus datos personales, indicando responsable, finalidad, legitimación, tiempo, forma en que se recaban, manera en que se utilizan y los medios y canales para proteger su privacidad y derechos.

Finalmente, se actualizaron dos documentos clave: la Política contra el Acoso Sexual, Acoso Laboral y Violencia en el Trabajo y el Instructivo de Controles en Prevención de Delitos. Ambos documentos fortalecen el marco ético y de cumplimiento dentro de la empresa.

- **Política contra el Acoso y Violencia:** Se incorporó dentro del documento el concepto de Violencia en el Trabajo, en conjunto con la regulación del acoso sexual y acoso laboral, acorde con la nueva normativa "Ley Karin".
- **Instructivo de Controles en Prevención de Delitos:** Se incorporaron dentro del documento los nuevos criterios para la determinación de cargos expuestos, estableciendo obligaciones respecto a Terceras Partes Intermediarias y modificando los controles respecto a la relación y funcionamiento con funcionarios públicos.

Sodimac tiene una serie de normativas éticas y procedimientos de control:

### • Código de Ética (EticAcción):

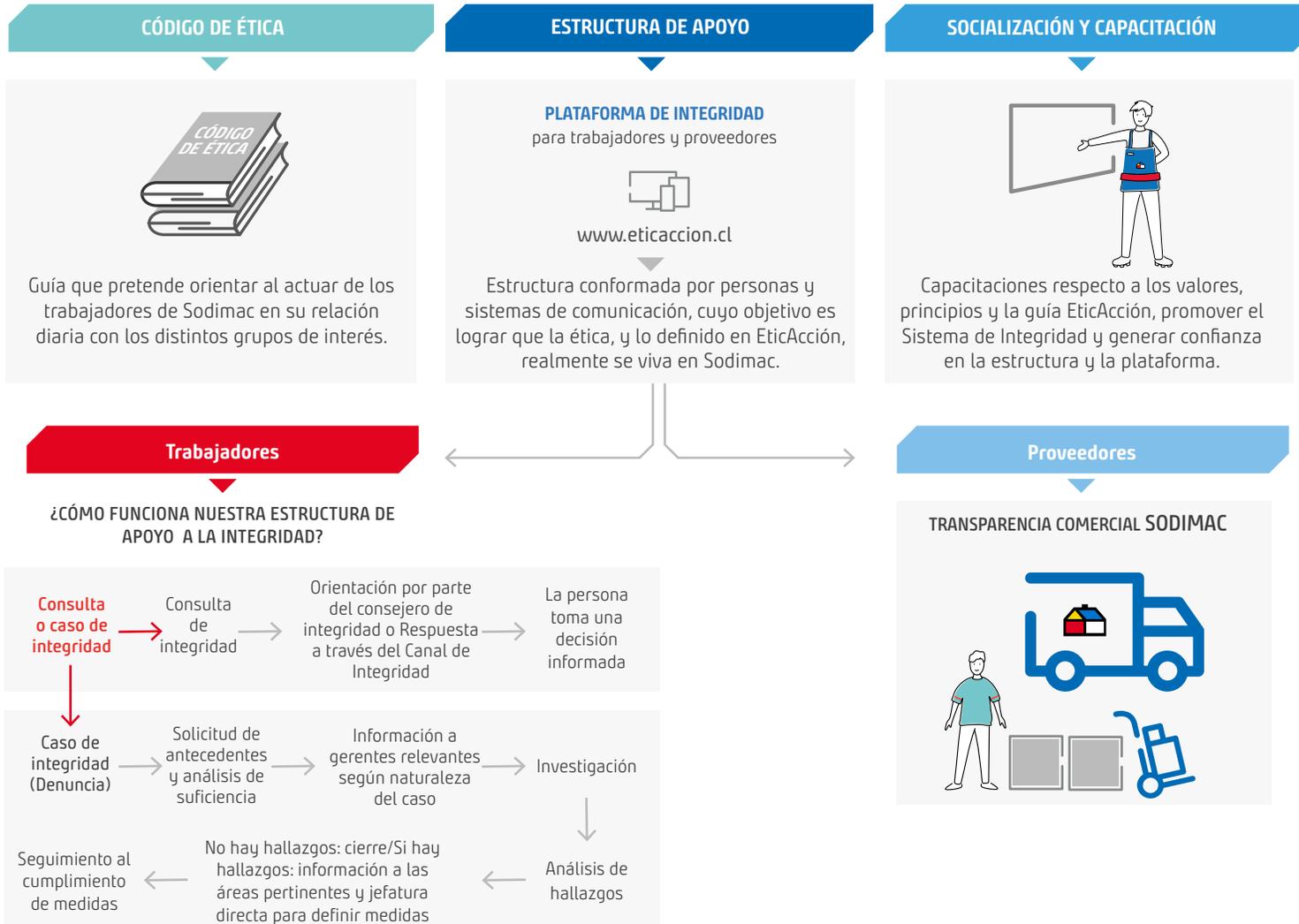
Expone claramente los derechos y obligaciones de cada integrante de la organización. Este se actualizó en 2024, para ajustarlo a los nuevos estándares y normativa contenida en la Ley Karin. El nuevo texto fue aprobado por el Directorio.

### • 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.

### • Política y Procedimiento General de Investigación:

Ambos documentos establecen los principios y directrices a seguir en caso de realizar investigaciones de carácter éticos. Ambos documentos fueron actualizados por el Directorio y se adecuan a la nueva normativa de Ley Karin, incorporando dentro de los principios formativos de toda investigación la perspectiva de género, así como se establece que los casos de acoso laboral,



acoso sexual y violencia en el trabajo cuentan con un plazo distinto a los demás investigados, conforme a la nueva normativa.

• **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). Éste 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 Sodimac es la entidad interna a cargo de garantizar el cumplimiento de este código de autorregulación 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](http://www.sodimac.cl).

• **Canal de Integridad:**

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.

La plataforma web de denuncias y consultas opera de manera externa a Sodimac y de forma común para las empresas del grupo Falabella, reforzando de esta manera la imparcialidad, la objetividad y la confidencialidad. Se entrega información estadística



En 2024 se recibieron **432** contactos  
en el Canal de Integridad:  
**28** consultas y **404** denuncias

de este canal al menos semestralmente al Directorio y trimestralmente al Comité de Riesgos. También la analiza trimestralmente el Comité de Ética y Cumplimiento.

En 2024, esta plataforma web recibió 432 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 101 denuncias, de las cuales 40 fueron acreditadas adoptándose las medidas correspondientes.

En el año, considerando la Ley Karin, con aprobación del Directorio se modificó la normativa de la compañía relativa a investigaciones éticas.

Año 2024	Cantidad	Abiertas	Cerradas	Con medidas adoptadas
Consultas	28	0	28	0
Denuncias	404	31	373	52
<b>Total</b>	<b>432</b>		<b>432</b>	<b>52</b>

Fuente: Sodimac.

## Medidas adoptadas por situaciones de integridad

Temas Denunciados 2024	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	14	6	6	1	0	2	0	0
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	2	0	6	0	0	0	0	0	0
Conflicto de interés	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Discriminación	2	0	0	0	0	1	0	0	0
Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Temas laborales con connotación ética	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Acoso sexual	2	0	1	0	0	0	0	0	0
Violencia en el Trabajo	0	0	0	0	0	5	0	0	0
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Sodimac.

## Comercio y marketing responsable

La empresa adhiere voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). Además, suscribe el Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD) respecto a materias generales de responsabilidad y ética en actividades asociadas al marketing directo, contando con la certificación del código de autorregulación AMD.



# Gestión de riesgos

La gestión de riesgos constituye una actividad necesaria para proteger adecuadamente el valor creado, lo que exige mantener una gestión continua.

Considerando la exposición de la compañía a riesgos de diversa naturaleza que pueden comprometer sus objetivos de negocio y la relación con sus grupos de interés, se ha implementado un modelo de gestión de riesgos que identifica y evalúa dichos riesgos, los mecanismos de control y responsabilidades para prevenirlos y/o mitigarlos.

La Política de Gestión Integral de Riesgos se basa en estándares nacionales e internacionales en materia de riesgos, tales como, ISO 31000 y COSO ERM. En ella se establecen los pilares fundamentales del modelo de gestión de riesgos, detallando los lineamientos generales que orientan las prácticas y procesos asociados. Adicionalmente, se indican las responsabilidades asignadas a los principales roles involucrados en esta gestión, definiendo sus funciones específicas para garantizar su participación activa y coordinada. En dicha política se establece la forma de funcionamiento del modelo de gestión de riesgos, para asegurar la coherencia y consistencia en la aplicación de las prácticas de gestión de riesgos en todas las áreas y niveles de la organización. En lo que respecta a las comunicaciones, la política detalla los canales oficiales y efectivos a través de los cuales se transmitirá la información relevante relacionada con los riesgos. Asimismo, se definen las líneas de reporte, estableciendo cómo y cuándo los informes de gestión de riesgos deben ser presentados a los diferentes niveles de la organización, incluyendo la Alta Dirección y el Directorio.

Durante el año 2024, el esfuerzo se centró en la aplicación de la política, además de realizar una revisión a su adherencia en las distintas áreas para asegurar su implementación y mejoras que podrían existir. Adicionalmente,

la empresa se focalizó en seguir avanzando en el modelo de riesgos de alto nivel, específicamente en el análisis de los controles, implementación y su evaluación.

## 1. Modelo de gestión integral de riesgos

La gestión de riesgos se basa en el Modelo de las Tres Líneas del Instituto de Auditores Internos (IIA), que establece estructuras claves para asegurar un gobierno sólido en esta materia y que guía en la gestión efectiva de riesgos.

Este modelo se basa en una cultura "tone at the top" fomentando desde los niveles más altos de liderazgo, como lo es el Directorio y la Alta Administración, el tono, visión y expectativas en relación con la identificación, evaluación y gestión efectiva de los riesgos, permeando a toda la organización.

El modelo se implementa a través de:

- **Órganos de gobierno:** Reflejado en el Directorio, que asume la responsabilidad última de la gestión de riesgos, incluyendo la aprobación de políticas y apetito al riesgo, supervisión de riesgos claves, establecimiento de estructuras y procesos, y la promoción de una cultura de riesgos. También existen comités en los cuales el Directorio delega responsabilidades de gestión de riesgos, conservando la supervisión y responsabilidad general.
- **Dirección:** Compuesta por la primera línea, que se centra en la entrega de los productos y servicios hacia los clientes, a cargo de los dueños de cada proceso; y, la segunda línea, que proporciona asistencia, monitoreo y asesoramiento para la gestión de riesgos. Estas áreas se encuentran

en diferentes posiciones dentro de la organización, de manera de ejercer un rol independiente en materia de riesgos.

- **Auditoría interna:** Al ser independiente de la administración, proporciona un aseguramiento objetivo sobre la adecuación y eficacia de la gestión de riesgos, mediante la aplicación de procesos de auditoría con la finalidad de verificar que el ambiente de control sea adecuado.

Estas líneas de defensa trabajan en conjunto para garantizar la eficacia de la estrategia de gestión de riesgos.

## 2. Estructura

Como parte fundamental para desarrollar el Modelo de Gestión Integral de Riesgos, se definió una estructura que fuera lo suficientemente independiente y que, a su vez, estuviera integrada en el negocio para conocer de forma sustancial los principales desafíos que enfrenta la empresa.

A nivel corporativo, Sodimac cuenta con una Gerencia de Riesgos y Control Interno, encargada de proporcionar directrices y orientaciones estratégicas al negocio, la misma que está alineada a la compañía matriz Falabella SA. Esta área actúa como punto focal y centralizador de la gestión de riesgos a nivel organizacional, promoviendo una visión y actuación coherente entre las diferentes áreas y riesgos, en línea con los objetivos generales de la empresa.

A nivel de Grupo Falabella existen expertos para cada categoría de riesgo definida, tales como: riesgos tecnológicos y operativos, de seguridad de la información, financieros, de crédito, de personas, de cumplimiento, y de cambio climático. Estos especialistas entregan lineamientos y soporte a



cada vertical de negocio incluyendo a Sodimac S.A., en coordinación con el área de riesgos corporativa. Su función principal consiste en actuar como un control por oposición, brindando una perspectiva independiente y crítica para fortalecer la gestión de riesgos realizada en los negocios.

Esta estructura integral asegura que las actividades de gestión de riesgos sean rigurosas, independientes y alineadas con las mejores prácticas en la disciplina de gestión de riesgos empresariales (ERM). La combinación de orientación corporativa, especialización por área de negocio y roles de especialistas, garantiza una gestión proactiva y adaptativa de los riesgos, fundamentada en la comprensión detallada y la evaluación continua.

La estructura antes mencionada converge finalmente en el Comité de Riesgos que sesiona trimestralmente, en el cual los reportes directos de la Gerencia General (funciones y áreas) presentan la evolución de su gestión de riesgos. Este comité se reúne regularmente y está conformado por los principales ejecutivos de cada gerencia, incluyendo al Gerente General.

Adicionalmente, se cuenta con el equipo de Auditoría Interna que depende directamente del Directorio. Este equipo realiza trabajos de auditoría interna, de acuerdo con los planes aprobados por el Directorio. Los resultados de estas auditorías se informan a las unidades auditadas y al Directorio y son analizadas en la Comisión de Auditoría, según corresponda.

### 3. Proceso

La empresa cuenta con un listado de riesgos de alto nivel (estratégicos) que contiene los principales riesgos del negocio, el cual considera diferentes ámbitos de riesgos, tanto financieros como no financieros y que tienen un origen tanto interno como externo. Durante 2024, se realizó un trabajo de

actualización del listado, considerando al personal clave con el objetivo de complementar y ajustar dicho listado en función del escenario actual y los desafíos que se han presentado, y así poder priorizar de manera efectiva y gestionar de forma más precisa.

Adicionalmente, fue actualizada su evaluación inherente, a través de parámetros objetivos, tales como, probabilidad e impacto. En particular, para evaluar el impacto, se consideraron diversos criterios, abarcando aspectos financieros, reputacionales, legales, de personas y medioambientales, entre otros.

Durante 2024, se siguió avanzado en la medición, gestión y reporte de estos riesgos, presentando la información respectiva en los comités de riesgo. Para cada riesgo crítico, se avanzó en identificar las estrategias, controles y/o medidas que ayudarán a reducir de manera efectiva su exposición. Este enfoque busca mitigar las posibles consecuencias adversas, y reforzar la capacidad de adaptación y resiliencia frente a los desafíos emergentes.

Todo lo anterior, se ha realizado en base a los lineamientos de la Gerencia de Riesgos y Control Interno Corporativo Sodimac que tiene por objetivo tener una mirada integral de todas las áreas y riesgos.

## 4. Riesgos emergentes

Los riesgos emergentes constituyen una fuente de incertidumbre que ha surgido de manera reciente en los últimos años o que ha experimentado un cambio significativo, y que tiene el potencial de afectar de manera significativa los objetivos y el desempeño de la organización. Este tipo de riesgos pueden surgir por diversos factores, tales como cambios en el entorno, nuevas tendencias en el mercado, avances tecnológicos y variables socioeconómicas, entre otros.

En base a lo anterior, el grupo Falabella ha identificado el siguiente riesgo emergente, que también es aplicable a Sodimac:

- **Inteligencia artificial (IA):** La adopción acelerada de la inteligencia artificial está transformando significativamente el panorama empresarial global y debido a su rápida evolución, naturaleza disruptiva, aplicación masiva y el impacto que generaría en los diferentes procesos y negocios de Falabella, incluyendo a Sodimac, es que representa una oportunidad estratégica de innovación y mejora operacional, pero que al mismo tiempo, introduce nuevos desafíos que requieren una gestión rigurosa y anticipada de riesgos.

Se han identificado tres aspectos críticos para el grupo. El primero se centra en la gestión y privacidad de datos, donde la implementación de salvaguardas robustas resulta esencial para proteger la información de los clientes y mantener su confianza. El segundo aborda la continuidad operacional, buscando asegurar que la incorporación de sistemas basados en IA fortalezca, y no comprometa, la resiliencia de las operaciones y la calidad del servicio. El tercero se enfoca en la gobernanza, estableciendo un marco estructurado que define claramente roles, responsabilidades y procesos para el desarrollo y operación de sistemas de IA, garantizando decisiones informadas y un uso ético de la tecnología, en concordancia con el marco regulatorio vigente.

En respuesta a estos desafíos, a nivel Grupo se está implementando un programa que equilibra la innovación tecnológica con una gestión prudente de riesgos. Este incluye el fortalecimiento de controles operacionales, el desarrollo de políticas de uso ético de IA y la inversión estratégica en capacidades que aseguren la competitividad sostenible de los servicios. Todo lo anterior, de una forma integral, con una mirada de grupo.



## 5. Listado de riesgos de alto nivel

El consumo de los hogares, que es la principal fuente de ingresos de Sodimac, se ve afectado por la percepción del desempeño general de la economía. La inflación, el crecimiento, el desempleo, la tasa de interés y los ingresos, entre otros, son variables relevantes que inciden en este consumo.

El ámbito de Obras Nuevas tiene una estrecha relación con los ciclos económicos del sector construcción, lo que se debe a la incidencia de las inversiones en construcciones nuevas, tanto de viviendas como de infraestructura pública y privada.

Bajo este contexto, los principales riesgos están definidos por:

### Nuevas normativas o cambios normativos más exigentes

La empresa realiza actividades de distinto tipo que cuentan con contextos legales y regulatorios diferentes, los que podrían cambiar en el futuro y aumentar las exigencias para el desarrollo de las mismas, limitando o restringiendo los modelos de negocio desarrollados, aumentando los costos y afectando la rentabilidad y viabilidad.

Se cuenta con un equipo a nivel corporativo del grupo Falabella especializado, encargado de hacer un monitoreo legislativo y evaluar de manera periódica las actualizaciones regulatorias y normativas relevantes para el negocio, lo que permite estar preparados de manera oportuna. Al identificar nuevas regulaciones y normativas, se realizan evaluaciones para comprender el impacto potencial en las operaciones, procesos y cultura organizacional y se informa a las áreas expuestas a dichos impactos, con el fin de que adopten las medidas necesarias. Esto es informado de manera periódica al Directorio.

Las operaciones podrían verse enfrentadas a impactos legales, regulatorios y reputacionales, en caso de constatarse incumplimientos en materia de prevención de delitos, libre competencia, medioambiente, derechos de los consumidores y datos personales, así como a sanciones como resultado de investigaciones de los reguladores en las materias en que éstos tienen competencia. Los resultados de dichas contingencias no son predecibles y podrían tener un impacto negativo en los resultados y en la reputación de la empresa.

Para la gestión de dichas contingencias, la compañía cuenta con programas de cumplimiento en las materias antes señaladas. Cada uno de estos programas está diseñado con elementos normativos que definen las conductas esperadas de los colaboradores, así como las consecuencias en caso de incumplimiento. Además, contienen actividades de comunicación para difundir las expectativas de conducta a lo largo de toda la organización, e incorporan iniciativas que permiten la aplicación práctica de dichos programas.

### Obsolescencia tecnológica

La constante evolución tecnológica ejerce un impacto significativo en los sistemas y en la infraestructura que respalda sus operaciones. Por esta razón, la empresa está inmersa en un proceso continuo para incorporar de manera oportuna nuevas herramientas, adaptándose ágilmente a los cambios tecnológicos, siendo el enfoque mitigar cualquier impacto negativo en la experiencia de los clientes.

Se han adoptado estrategias que permiten mantener la estabilidad de los sistemas que soportan los procesos críticos, siendo la gestión de riesgos un proceso clave en la toma de decisiones de las inversiones tecnológicas. Como parte de la gestión realizada para enfrentar este riesgo, se considera el adecuado monitoreo de estado de infraestructura de los sistemas que se utilizan, priorizando a través de su nivel de criticidad.





## Riesgos Financieros

La situación financiera y los resultados operacionales dependen de las condiciones económicas, impactadas por diversos factores externos. Debido a esto, la organización está expuesta a:

### • Riesgo de tipo de cambio:

En el pasado, el peso chileno y el resto de las monedas de los países en los que Sodimac opera han estado sujetas a grandes devaluaciones y apreciaciones, y podrían estar sujetas a fluctuaciones significativas en el futuro.

Una gran parte de los productos que se venden son importados y denominados en divisas extranjeras, principalmente el dólar americano, lo que genera una exposición al riesgo cambiario. Adicionalmente, las fluctuaciones en los tipos de cambio de las distintas monedas con respecto al peso chileno pueden afectar el valor de la inversión neta en el extranjero.

Para mitigar el riesgo cambiario de las compras en dólares, a nivel grupo Falabella se cuenta con una política de cobertura que permite mitigar los impactos de las variaciones en el tipo de cambio. Por otro lado, se busca traspasar toda la deuda emitida en dólares

a la moneda funcional a través de operaciones de derivados. Adicionalmente, la mayor parte de la deuda financiera se contrata en moneda local.

### • Riesgo de inflación:

El aumento de la inflación, podría generar un impacto negativo en la rentabilidad del negocio, sobre todo al tener que operar en un escenario distinto al acostumbrado.

El efecto inflación es traspasable en cierto grado a los clientes, sin embargo, una pérdida de rentabilidad podría venir por una contracción en el consumo.

### • Riesgo de tasa de interés:

Corresponde a la exposición a pérdidas ocasionadas por cambios adversos en las tasas de interés de mercado, y que podrían verse afectadas por eventos políticos y económicos a nivel global, regional o local, impactando negativamente en los costos y gastos.

Para mitigar este riesgo, la mayor parte de la deuda financiera está a tasa de interés fija de manera de evitar la exposición a fluctuaciones que puedan ocurrir en las tasas de interés variable.

### • Riesgo de liquidez:

Es la brecha temporal existente entre los flujos de efectivo por pagar y por recibir, generando una escasez repentina o inesperada de fondos, impactando en un incremento de costos para mantener la operación.

A nivel grupo se cuenta con una serie de herramientas para mantener el riesgo de liquidez acotado. Entre ellas, la mantención de suficiente efectivo y equivalentes al efectivo para afrontar las obligaciones en las operaciones habituales. Adicionalmente, cuenta con alternativas de financiamiento bancario disponibles, tales como líneas de sobregiro y préstamos, así como la posibilidad de acceder rápidamente a instrumentos de deuda en el mercado de capitales a través de líneas inscritas de bonos y efectos de comercio.

La atomización y diversificación de la cartera de crédito y sus mecanismos de control, contribuyen a mantener los flujos por cobrar esperados dentro de rangos adecuados.

Todo lo anterior entrega suficientes alternativas y fuentes de financiamiento para afrontar sus obligaciones operacionales y financieras

### • Riesgo de crédito:

Es la posibilidad de incurrir en una pérdida asociada al evento de que la contraparte no cumpla con sus obligaciones contractuales (riesgo de no pago). El negocio crediticio se enfoca en personas jurídicas que obtienen líneas de crédito para sus compras realizadas a través de las áreas de ventas a empresas.

Los ratios de mora pueden verse afectados por variables exógenas (macroeconómicas, geopolíticas, sociales, entre otras) que van más allá de las decisiones estratégicas y las prácticas de gestión de riesgo de la empresa. Por ello, no se puede asegurar que los índices de morosidad no aumentarán, requiriendo más provisiones y afectando de forma adversa los resultados del negocio.

Por lo anterior, para mitigar esos impactos, se han aplicado acciones restrictivas sobre perfiles de mayor riesgo, así como potenciar y promover los procesos de renegociación con los clientes para aliviar su carga financiera.



## Daños en infraestructura afectando la seguridad física y continuidad operacional

En el desarrollo de las actividades operan diversas instalaciones físicas: tiendas, centros de distribución y oficinas. Estas instalaciones están sujetas a la ocurrencia de eventos que podrían perjudicar su operatividad, como incendios, inundaciones, manifestaciones violentas, asaltos, hurtos, saqueos, y otros tipos de desastres naturales o eventos dañinos. Algunos de estos eventos y sus efectos, son susceptibles de ser controlados o contenidos. El daño a las instalaciones podría inhabilitarlas temporal o permanentemente, lo que podría resultar en pérdidas económicas, dependiendo del alcance del evento y de la cobertura de las pólizas de seguros contratadas. Los daños a las personas que asisten a las instalaciones sean clientes, trabajadores, proveedores, contratistas u otros, podrían dar lugar a impactos legales, económicos y reputacionales en la compañía.

Entendiendo lo importante que resulta tener monitoreado y mitigado este riesgo, se realizan mantenciones preventivas y reactivas a las instalaciones físicas y equipos, además de contar con procedimientos de emergencia ante diferentes escenarios. De forma paralela, existe una Mesa de Seguridad Corporativa Falabella, en la que participan los representantes de seguridad de todos los negocios, y donde se comparten buenas prácticas, lecciones aprendidas,

tendencias, análisis de incidentes, entre otros, con la finalidad de coordinar, planificar e implementar medidas de seguridad en las unidades de negocio.

Sodimac cuenta con seguros que cubren los riesgos de deterioro, paralización y otros, respecto a sus activos y patrimonio, todos contratados con compañías de primera línea en el mercado asegurador.

## Disrupciones en la cadena de valor debido a los riesgos físicos del cambio climático y los de transición a una economía baja en carbono

El cambio climático es un riesgo potencial que expone a impactos desfavorables sobre las personas, activos físicos y sectores económicos, producto de la ocurrencia de condiciones climáticas adversas, tales como temperaturas altas y precipitaciones extremas, sequía o aumento del nivel del mar. Adicionalmente, la transición a una economía baja en carbono puede traer consecuencias para las actividades del negocio y mayores costos en la cadena de valor.

Sodimac integra la gestión de riesgos de cambio climático en el Modelo de Gestión Integral de Riesgos, alineados a las recomendaciones del Task-Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) y a través del uso de las

instancias de gobierno, líneas de reporte, procesos, roles y metodologías establecidas.

Se cuenta con una identificación de los riesgos físicos específicos en las unidades de negocio y geografías de operación. Esto permitió evaluar el potencial tamaño, alcance y severidad de tales riesgos, en línea con la metodología diseñada en el año 2022, y considerando la reportabilidad y operativización de los resultados en los sistemas utilizados. Además, se incorpora el monitoreo de los requerimientos regulatorios existentes y emergentes, con un foco en cambio climático, a los comités desarrollados y en coordinación con la gestión de riesgos de cumplimiento.

Durante 2024, la empresa se enfocó en identificar los controles existentes para mitigar dichos riesgos y así conocer el estado actual de los mismos.

## Fallas en la cadena de abastecimiento e inventarios

Es fundamental mantener niveles de inventarios óptimos para operar el negocio con éxito, evitando tanto las faltas como los excesos de stock. Dado que los proveedores suelen requerir tiempos considerables para cumplir con las órdenes de compra, resultan cruciales la anticipación precisa de la demanda futura, la estimación de los tiempos de obtención de productos y la planificación adecuada del inventario.

El clima y la estacionalidad son algunos de los factores que impactan en los resultados de las operaciones. Los clientes compran productos para satisfacer sus necesidades en cada temporada, y se estima que esta tendencia se mantendrá en el futuro. En la preparación para las temporadas de alta demanda, hay que aumentar el inventario a niveles mayores al promedio.

Adicionalmente, eventos geopolíticos, demográficos, socioeconómicos, entre otros, a nivel mundial, regional o local, podrían afectar el suministro de productos y la cadena de abastecimiento, retrasando las entregas por parte de los proveedores.

Cualquier efecto no previsto en la demanda, error en las proyecciones o retraso de los proveedores, puede obligar a aplicar medidas comerciales para mitigar estas situaciones que pueden impactar negativamente en los resultados.

Para mitigar la exposición frente a este riesgo, se hace imprescindible tener un sistema de gestión de inventarios efectivo y eficiente, el que incluye realización de inventarios generales y cíclicos para garantizar un adecuado monitoreo y gestión.

Como parte de las medidas de mitigación que se realizan para mejorar los niveles de inventarios se encuentra la implementación de controles para las compras, potenciar las liquidaciones y puntos promocionales, incluir y robustecer algunos indicadores que sirven para la toma de decisión.



## Capacitaciones gestión de riesgo y cumplimiento

Uno de los pilares del Modelo de Gestión Integral de Riesgos es la cultura de riesgos, en donde las capacitaciones y jornadas toman un rol fundamental para concientizar y sensibilizar a la organización sobre los riesgos que se enfrentan y cómo se están abordando. Se realizan diversas reuniones para potenciar la Política de Gestión Integral de Riesgos y su aplicación en las diversas áreas o procesos.

En el año 2024, se participó en el “Primer Encuentro de Riesgos Falabella” a nivel regional, el cual fue un espacio de conversación y acercamiento entre los equipos de riesgos y control interno del grupo, en donde se abordó el modelo de gestión de riesgos actual a nivel corporativo y los desafíos de su implementación en cada negocio. Dicha instancia, contó con la participación de todos los equipos de riesgos de los negocios y los especialistas de cada tipo de riesgo.

Por otro lado, durante el año se realizaron 29 capacitaciones sobre prevención de delitos, libre competencia, derecho del consumidor, medioambiente, ética, derechos humanos y datos personales. En dichos entrenamientos se logró el 100% de cumplimiento a todos los cargos

expuestos en los distintos riesgos asociados a sus funciones.

A su vez, se realizó nuevamente una capacitación de libre competencia obligatoria para los colaboradores que participan en asociaciones gremiales.

En materia de riesgos físicos se realizaron periódicamente capacitaciones en tiendas y bodegas, las que tienen como objetivo reforzar la cultura preventiva en el cuidado de colaboradores y clientes.

Además, se realizaron capacitaciones y actividades para generar conciencia en materia de seguridad de la información, en modalidad presencial y remota a nivel transversal a los equipos en tiendas, centros de distribución y Oficina de Apoyo, fortaleciendo conceptos de seguridad de la información, estándares/normativas y principales riesgos vigentes, por ejemplo: phishing, uso de contraseñas y medios de almacenamiento, entre otros.

Como complemento, el grupo Falabella mantiene diversos canales para la capacitación de directores en materias tales como gestión de riesgos y cumplimiento de normativas.

## Política de Conflictos de Interés

Sodimac posee una Política de Gestión de Conflicto de Intereses aprobada por el Directorio, que establece los principios y criterios para la efectiva declaración y gestión de estos. El 100% de los directores y ejecutivos de primera y segunda línea completaron y/o actualizaron en 2024 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.

## Datos personales y seguridad de la información

Sodimac tiene un Programa de Cumplimiento de Protección de Datos Personales estructurado sobre la base de un enfoque de gestión de riesgos que es auditado anualmente. Este establece las directrices para determinar, comunicar y guiar la conducta en esta materia.

Por su parte, la Política de Protección de Datos Personales contempla los principios generales que rigen el actuar de Sodimac en este ámbito, entre los cuales se encuentran: i) el tratamiento de los datos personales de manera leal y lícita; ii) el tratamiento únicamente de aquellos datos que sean adecuados, relevantes y limitados a la consecución de los fines informados a sus titulares; y,

iii) el tratamiento de los datos para las finalidades y por los destinatarios consentidos por los titulares, cuando corresponda, e informados en la Política de Privacidad publicada en el sitio web de Sodimac.

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 2024, no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.**



## Auditoría Interna

Al depender directamente del Directorio y ser independiente de la administración, la Gerencia de Contraloría (Auditoría Interna) cumple un rol fundamental dentro del modelo de gestión de riesgos para verificar que el ambiente de control sea adecuado. Esta desarrolla un plan de auditorías centrado en el mapa de riesgos de la empresa, priorizando los que tengan más alto impacto en los flujos operacionales y sistémicos, así como mayor probabilidad de ocurrencia. Este es aprobado por la Comisión de Auditoría.

Junto a lo anterior, se aplica un modelo de auditoría continúa, empleando un sistema computacional de desarrollo interno denominado "Panel de Control Remoto" y otros paneles de análisis de datos y visualizaciones, los cuales permiten detectar y comunicar en forma oportuna cualquier desviación en procedimientos contables, financieros, sistémicos, logísticos y operacionales preestablecidos. El mecanismo también opera con las áreas de venta a empresas, operación en tiendas y venta a distancia, entre otras. Esto ayuda a focalizar los esfuerzos y las horas de auditoría.

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, se tienen reuniones semanales con las distintas unidades de negocio de Sodimac y del grupo Falabella, en las cuales se comunican y detallan riesgos relevantes detectados. Esas materias también se auditan si corresponde en Sodimac Chile o en los otros países donde se pueda tener esos riesgos.

Adicionalmente, para una alerta oportuna y periódica en el control de inventarios, se trabaja con un sistema denominado "Audistock", también desarrollado internamente en Sodimac, 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 conjunto con los inventarios cíclicos que se realizan en el periodo. En 2024, se incorporaron más 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, facilitando su mitigación.

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 mensual y reuniones con la administración 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.**

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

En 2024, se efectuaron 348 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:

### Sodimac Chile

Nº Unidades auditables	2022	2023	2024
Tiendas	124	164	160
Bodegas	43	46	37
Filiales (*)	1	1	1
Oficina de Apoyo	79	53	59
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>264</b>	<b>257</b>

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

### Imperial

Nº Unidades auditables	2022	2023	2024
Tiendas	7	33	35
Bodegas	43	12	11
Oficina de Apoyo	61	66	45
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>111</b>	<b>91</b>



# Compromiso con los derechos humanos

Sodimac busca instalar y fortalecer mecanismos que salvaguarden el respeto de los Derechos Humanos (DD. HH.) en cualquiera de sus dimensiones. La empresa cuenta con una Política de Derechos Humanos y Empresa desde 2016, que es pública y transparente, y tiene procesos internos de Debida Diligencia con estándares de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y Organización de las Naciones Unidas (ONU), incorporados en sus procesos y matrices, para prevenir riesgos y resolver oportunamente situaciones que se pudieran presentar.

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) -para más información ver capítulo Comunidad.
- Programas de marketing y comercio responsable.
- Marco de relacionamiento con proveedores (Transparencia Comercial Sodimac).
- Sistema de gestión y desarrollo de proveedores.

## Debida Diligencia en Derechos Humanos

En el marco de su compromiso con los DD.HH., Sodimac continuó gestionando sus riesgos e impactos en esa materia. En el primer semestre de 2024 concluyó el segundo proceso de “Debida Diligencia en Derechos Humanos y Empresa”, el que permite revisar y asegurar que Sodimac no sólo cumple con las normativas locales e internacionales, sino que también gestiona adecuadamente los riesgos e impactos relacionados con los derechos humanos a lo largo de su cadena de valor. Este proceso implica una evaluación profunda de los contextos en los que opera la empresa, permitiendo identificar vulnerabilidades o áreas de mejora en sus prácticas empresariales y en su relación con las partes interesadas, materializados en una matriz de riesgos.

En dicho proceso, se incorporó su oficina en China, resaltando el enfoque global de Sodimac para abordar los derechos humanos, considerando las particularidades de cada región y asegurando que las prácticas de la empresa sean éticas y responsables en todos sus mercados, en línea con los estándares internacionales, como los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.

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 reforzó 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.





# Gobernanza en materias tributarias

## 1. Políticas y Normativa Relacionada

Basados en un equipo técnico interno del Grupo Falabella y con el apoyo de asesores externos de primera línea, la estrategia tributaria es proactiva para responder a los cambios normativos y mitigar riesgos. Al integrar las mejores prácticas tributarias con la gestión de expertos, se asegura la sostenibilidad de las operaciones y se contribuye al desarrollo económico de las comunidades donde la empresa está presente.

Junto con lo anterior, se tiene como enfoque principal garantizar el estricto cumplimiento de las normas tributarias, velar por la eficiencia en la gestión tributaria en el marco de la legislación, y resguardar el prestigio reputacional como buen ciudadano corporativo. La empresa comprende y comparte que los impuestos son parte importante de su aporte a la sociedad. El correcto pago de los tributos, en cuanto a la naturaleza de las operaciones, montos y jurisdicciones de pago, no son solamente una obligación legal sino parte del compromiso con la comunidad.

La Política Tributaria de Sodimac S.A. se corresponde con la del Grupo Falabella y tiene por objetivo general garantizar el estricto cumplimiento de las normas tributarias, brindar un marco de acción que facilite una gestión tributaria eficiente y resguardar el prestigio reputacional de Sodimac.

## 2. Principios Tributarios Corporativos

Los principios tributarios que rigen a Sodimac y que se reflejan en sus respectivas políticas, procedimientos, prácticas y decisiones en materia impositiva son los siguientes:

- Cumplir con las obligaciones que las leyes tributarias imponen, aplicando interpretaciones plausibles y de buena fe de las normas impositivas.
- Compromiso de no realizar transacciones u operaciones en o con territorios o jurisdicciones de nula o baja tributación, también denominados paraísos fiscales, cuya finalidad sea la de transferir valor creado en otras jurisdicciones para optimizar la carga tributaria. Todas las operaciones realizadas deberán tener sustancia económica, legítima razón de negocios y valores de mercado.
- Realizar todas las operaciones intragrupo bajo el estricto cumplimiento de las normas de precios de transferencia, utilizando, entre otros, el principio *arm's length* y con base en los lineamientos de la OCDE.
- Relacionarse de manera colaborativa, veraz y justa con las autoridades tributarias.

## 3. Política de Precios de Transferencia

Sodimac se rige por una política de Precios de Transferencia del Grupo Falabella que regula las operaciones con partes relacionadas. Para este efecto, Falabella S.A. ha desarrollado un equipo especializado en precios de transferencia, el cual se encarga de diseñar y documentar las operaciones para asegurar el cumplimiento de los principios de libre competencia establecidos por la OCDE, así como también, las normas locales relacionadas.

De esta forma, se busca que las transacciones siempre deban ajustarse en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalezcan en el mercado al tiempo de su aprobación.

## 4. Gobernanza y control

La responsabilidad, coordinación y supervisión del cumplimiento de la política tributaria y la gestión impositiva general de Sodimac recae sobre la Gerencia de Impuestos Corporativa del Grupo Falabella. Esta gerencia tiene el deber de conocer y pronunciarse sobre la conveniencia o no, desde el punto de vista fiscal, de cualquier operación y/o estructuración de carácter extraordinario al desarrollo de los negocios de cada empresa con implicancias tributarias



potencialmente relevantes a llevarse a cabo. Entre otras funciones, esto incluye:

- Evaluar los respectivos riesgos para evitar prácticas que no se alineen con los valores corporativos.
- Implementar procesos de monitoreo continuo para identificar nuevas regulaciones o cambios regulatorios y/ o posiciones fiscales inciertas.
- Establecer procedimientos claros para la documentación de operaciones y la comunicación interna sobre implicancias fiscales.

Asimismo, la Gerencia de Impuestos Corporativa del Grupo Falabella tiene la responsabilidad de la elaboración de cualquier normativa interna en materia tributaria, la cual se debe presentar al Comité Corporativo de Asesoría Legal Tributaria, el que se reúne periódicamente y se pronuncia acerca de la misma y de su eventual presentación para aprobación por el Directorio de Falabella S.A. cuando ello se estime necesario.

Anualmente, se realizan comités especializados tanto de impuesto a la renta como de precios de transferencia, compuestos por la alta administración de Sodimac, asesores tributarios externos y expertos internos, los cuales tienen por objeto la revisión de las declaraciones juradas anuales a presentar y garantizar el cumplimiento del proceso impositivo. Como parte de este proceso, anualmente Sodimac contrata asesores tributarios especializados, quienes realizan un análisis tendiente a la detección de riesgos y oportunidades de mejora, y hacen recomendaciones a la administración.

Este enfoque integral garantiza una supervisión efectiva y transparente de los riesgos fiscales, asegurando que las decisiones en materia tributaria sean

consistentes con las normativas vigentes y alineadas con los principios de transparencia, responsabilidad y sostenibilidad fiscal. Asimismo, este proceso permite una mejora continua en la gestión de riesgos fiscales, fortaleciendo la gobernanza corporativa.

Para resguardar el cumplimiento tributario, existe un Canal de Integridad el que constituye un mecanismo útil para identificar actividades anómalas, prohibidas o que se contrapongan con la política tributaria y así asegurar la corrección temprana de posibles irregularidades.

## Relación con la autoridad fiscal

La interacción con las autoridades tributarias se basa en los principios de transparencia, colaboración y cumplimiento riguroso de la normativa vigente. Se busca promover relaciones constructivas que faciliten:

- Respuesta oportuna y completa a solicitudes de información.
- Contribución activa en el desarrollo de políticas fiscales congruentes con los objetivos económicos y sociales de las comunidades.

Además, anualmente los colaboradores reciben una capacitación obligatoria llamada "Yo Juego Limpio" en la que se abordan los principales riesgos de cumplimiento en materia penal, libre competencia y datos personales, entre otros. Dentro de las temáticas, se incluyen lineamientos para las reuniones con funcionarios públicos. En caso de reunirse con dichos funcionarios, los colaboradores deben previamente informar a su jefatura y completar un formulario identificando los detalles de la reunión, sus participantes y si se solicitó a través de la Plataforma Ley del Lobby. Este formulario es

gestionado por la Gerencia de Cumplimiento, la que mantiene un registro de las reuniones informadas por los colaboradores y periódicamente revisa la congruencia con el registro público en cumplimiento de la Ley del Lobby para efectos de verificar que los controles de la compañía estén cumpliéndose adecuadamente.

## 5. Compromiso con los Grupos de Interés

La organización reconoce la importancia de la fiscalidad para sus grupos de interés, incluyendo accionistas, inversionistas, colaboradores, reguladores, comunidades locales y otras partes interesadas. Por ello, promueve un diálogo abierto, transparente y participativo a través de la Gerencia de Sostenibilidad, encargada de facilitar la interacción con la comunidad y otros actores clave.

Para garantizar una comunicación efectiva, cuenta con mecanismos formales de participación que incluyen: casilla electrónica unificada en Chile para el contacto por parte del regulador, participación en foros de consulta y mesas de diálogo con representantes de distintos sectores.

Adicionalmente, se dispone de equipos de soporte especializados, encargados de atender y dar respuesta a dudas o inquietudes en materia tributaria dentro de plazos definidos. Esto permite recopilar y analizar las preocupaciones de los grupos de interés.

Este enfoque permite asegurar que las prácticas fiscales no solo cumplan con la normativa vigente, sino que también reflejen el compromiso con la transparencia, la sostenibilidad y el desarrollo inclusivo.

# Sostenibilidad





# Política de sostenibilidad

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 Cero Emisiones Netas al 2030 en los alcances 1 y 2. 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 - 2024**

## 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 ecommerce: 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.
- Ese mismo año, Sodimac fue el primer retailer en Latinoamérica en obtener la certificación FSC de su madera marca propia.
- En 2024, se terminó de realizar un segundo proceso de Debida Diligencia, que incluyó la participación de la oficina comercial en China.



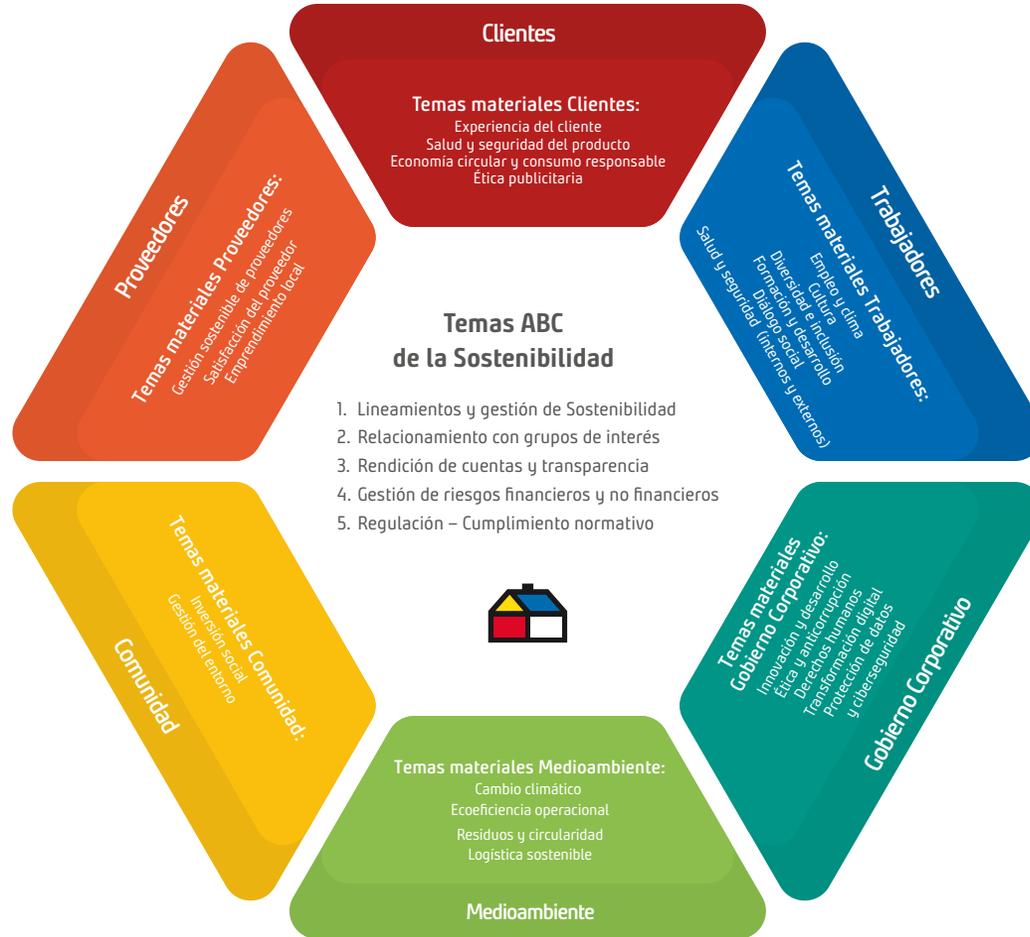
# Gestión de la Sostenibilidad

## 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.

La última actualización de la materialidad se realizó en 2023, basado en el trabajo que se realizó con el Centro Vincular en 2021, donde 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 considerando 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 alinea con aquella definida para el grupo Falabella en su conjunto, que se actualizó en 2022.

## Materialidad Falabella SA

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

● Ambiental    ● Social    ● Económico



## Estructura interna para la gestión de impactos

La sostenibilidad, y por ende la gestión de impactos, se basa en una cultura con estructuras e instancias formales para la detección de brechas y un efectivo proceso de mejoramiento continuo:

- La gestión de impactos es supervisada por el Directorio y la Comisión de Auditoría, a través de reuniones mensuales. El presidente y un segundo director participan también en el comité consultivo de Construyendo Sueños de Hogar, que es uno de los programas emblemáticos de la empresa en el ámbito social.
- El gerente general y los gerentes que conforman el Comité Ejecutivo (Operaciones; Comercial, Marketing y Venta a Distancia; Personas; Sistemas; Abastecimiento; Administración, Control de Gestión, Desarrollo y Proyectos; y Sostenibilidad y Cumplimiento) integran el Comité de Sostenibilidad, a cargo de liderar y coordinar la gestión de todas las áreas de la empresa en esa materia.

- Los esfuerzos no se radican en la gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento, pero esta es responsable de gestionar la política y estrategia de sostenibilidad, así como hacer seguimiento de la matriz de cumplimiento y avances en programas estratégicos. Asimismo, 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).
- Bajo esta gerencia, hay tres jefaturas a cargo de coordinar y gestionar los esfuerzos en materia de sostenibilidad e impacto social, medioambiente y cumplimiento.





# Medición: Índice de Sostenibilidad

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.

En 2024, el Índice de Sostenibilidad arrojó para Sodimac Chile un resultado global de 85%, lo que significa 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 23 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.

## Índex de Sostenibilidad

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

Resultados	
Año	Chile
2024	85
↑	↑
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

**120 preguntas**

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

**23 temas**



# Relacionamiento con grupos de interés

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:

- Respeto
- Excelencia
- Integridad
- Responsabilidad

## Canales de comunicación con los grupos de interés

La comunicación y el relacionamiento con los públicos de interés se desarrolla por diversas plataformas de escucha y diálogo activo. La empresa realiza anualmente reuniones de retroalimentación con diversos stakeholders que le sirven también para definir mejoras en la comunicación hacia estos públicos de interés y el mercado en general. Cuenta también con asesores expertos en materia de comunicaciones y gestión territorial hacia las comunidades, entre otros.





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

Nuestras personas	Clientes	Proveedores	Comunidades	Autoridades	Industria	Academia	ONG's y otros expertos	Inversionistas	Prensa
Todos quienes trabajan en Sodimac y filiales, ya sea en tiendas, centros logísticos u Oficinas de Apoyo, y nuestras organizaciones sindicales.	Actuales y potenciales clientes que adquieren nuestros productos y servicios.	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	Las comunidades que rodean nuestras tiendas y otras instalaciones.	Autoridades que definen el contexto legal y normativo, y el desarrollo de nuestro rubro.	Agrupaciones gremiales y otras entidades en las que participamos que buscan elevar los estándares empresariales.	Universidades y centros de formación técnica con los que colaboramos, en especial en materia de capacitación e innovación.	Organizaciones del mundo civil expertas en distintas materias con las que colaboramos para elevar nuestros estándares y aportar en la solución de diversas problemáticas.	Tenedores de bonos de Sodimac y accionistas de nuestra compañía matriz que se transa en Bolsa.	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.
Cómo dialogamos									
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Política de puertas abiertas (DI).</li> <li>- Canales de comunicación interna (Viva Engage, entre otros) (DI).</li> <li>- Caminatas semanales (SE).</li> <li>- Reuniones en tiendas (DI) y en otras instalaciones (TR).</li> <li>- Escuela de Excelencia Sodimac y otros programas de formación (DI).</li> <li>- Evaluación de desempeño con retroalimentación (AN).</li> <li>- Consejeros y Canal de Integridad (DI).</li> <li>- Diálogo sindical (ME).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiendas físicas y online (DI).</li> <li>- Canales de atención de clientes (DI).</li> <li>- Encuestas de satisfacción y canales de contacto (DI).</li> <li>- Sernac y canales de reclamos en medios tradicionales (DI).</li> <li>- Redes sociales (DI).</li> <li>- Canal HUM en YouTube (DI).</li> <li>- Canal Sodimac Constructor en YouTube (DI).</li> <li>- CES para Maestros (DI).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuentro Anual con Proveedores (AN).</li> <li>- Reuniones con equipo comercial (DI).</li> <li>- Líneas directas de atención, teléfono y correo electrónico (DI).</li> <li>- Encuestas (AN).</li> <li>- Reuniones/contactos periódicos con gerencia de control de calidad (SE).</li> <li>- Reuniones/contactos periódicos con subgerencia de Innovación (SE).</li> <li>- Programa Sedex (DI).</li> <li>- Contraloría TCS para consultas, reclamos y quejas (DI).</li> <li>- Feria de productos (ME).</li> <li>- Line reviews (TR).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diálogo directo a través de reuniones, cartas, correo electrónico y teléfono (DI).</li> <li>- Programa Construyendo Sueños de Hogar (DI).</li> <li>- Trabajo territorial y Estudio Pulso previo a apertura de tiendas (TR).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias (DI).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones periódicas y/o esporádicas (DI).</li> <li>- Iniciativas multistakeholder (DI).</li> <li>- Línea directa con CMF (DI).</li> <li>- Línea directa con Sernac (DI).</li> <li>- Trabajo con SEC en materia de certificaciones (ME).</li> <li>- Informes específicos (ME).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en organismos gremiales y empresariales (ME).</li> <li>- Eventos empresariales (TR).</li> <li>- Iniciativas multistakeholder (ME).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diálogo directo (SE).</li> <li>- Programas de capacitación (SE).</li> <li>- Colaboración a través del área de Innovación (ME).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> <li>- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico, reuniones y teléfono (DI).</li> <li>- Alianzas y actividades conjuntas (ME).</li> <li>- Iniciativas multistakeholder (ME).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> <li>- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reportes de resultados e información a CMF (TR).</li> <li>- Actividades de Investor Relations organizadas por compañía matriz (TR).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contactos telefónicos y correo electrónico (DI).</li> <li>- Reuniones (ME).</li> <li>- Entrevistas (ME).</li> <li>- Comunicados de prensa (TR).</li> <li>- Reportes financieros (TR).</li> <li>- Memoria Anual Integrada (AN).</li> <li>- Eventos con presencia de prensa (ME).</li> <li>- Retroalimentación a través de estudios de reputación (Merco y otros) (AN)</li> </ul>



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

Nuestras personas	Clientes	Proveedores	Comunidades	Autoridades	Industria	Academia	ONG's y otros expertos	Inversionistas	Prensa
<b>Objetivos</b>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar un buen clima laboral.</li> <li>- Proveer instancias de capacitación y formación integral.</li> <li>- Fortalecer cultura de responsabilidad y sostenibilidad, y un actuar ético.</li> <li>- Trabajo colaborativo con sindicatos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor.</li> <li>- Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.</li> <li>- Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo colaborativo para abordar problemas del país.</li> <li>- Aportar desde la experiencia para mejorar normativas y estándares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumar capacidades para abordar problemáticas comunes.</li> <li>- Fomentar colaboración público-privada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo colaborativo para desarrollo de innovaciones que beneficien el entorno.</li> <li>- Programas de formación para clientes y trabajadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escucha activa para entender y anticiparse a requerimientos del entorno.</li> <li>- Trabajo colaborativo en materias de interés común.</li> <li>- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transparencia corporativa.</li> <li>- Gestión ética y cumplimiento normativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders.</li> </ul>
<b>Compromisos principales</b>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trato digno y justo.</li> <li>- Desarrollo integral.</li> <li>- Respeto a los derechos humanos y laborales.</li> <li>- Diversidad e inclusión.</li> <li>- Salud y seguridad laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer productos seguros y con estándares de calidad.</li> <li>- Escucha permanente y entregar la mejor calidad de atención y servicio.</li> <li>- Marketing responsable.</li> <li>- Protección de seguridad y privacidad de datos personales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trato justo según normas de código de autorregulación TCS.</li> <li>- Velar por cumplimiento de normas laborales y de DD.HH., y entornos productivos sostenibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser un buen ciudadano corporativo con vínculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de las localidades en las que estamos presentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento normativo y ético.</li> <li>- Uso eficiente de los recursos y respeto al medioambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar estándares empresariales.</li> <li>- Cumplimiento de normas de libre competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomento de la innovación para abordar desafíos y oportunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribución a la calidad de vida y al bienestar social, económico y cuidado del medioambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Velar por el interés de todos los accionistas.</li> <li>- Promover la conducta ética en todos los niveles de la organización, a través del Programa de Probidad Corporativa.</li> <li>- Gestión proactiva de riesgos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respeto al rol.</li> <li>- Ética y rigurosidad en la entrega de información.</li> </ul>



# Alianzas

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 contribuir al desarrollo de políticas públicas y a la solución de problemáticas sociales y ambientales que afectan 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](http://www.cnc.cl))
- Cámara de Comercio de Santiago, CCS ([www.ccs.cl](http://www.ccs.cl))
- Cámara Chilena de la Construcción, CChC ([www.cchc.cl](http://www.cchc.cl))
- Asociación Nacional de Avisadores, ANDA ([www.anda.cl](http://www.anda.cl))
- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile, AMDD ([www.amddchile.com](http://www.amddchile.com))

## Ámbito de acción: sostenibilidad

La compañía participa en iniciativas que fomentan un desarrollo sostenible.

- Pacto Global de las Naciones Unidas ([www.pactoglobal.cl](http://www.pactoglobal.cl))
- Global Reporting Initiative ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

- Acción Empresas ([www.accionempresas.cl](http://www.accionempresas.cl))
- Fundación PROhumana ([www.prohumana.cl](http://www.prohumana.cl))
- Base Pública ([www.basepublica.cl](http://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](http://www.generacionempresarial.cl))
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria ([www.conar.cl](http://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](http://www.achs.cl))
- Servicio Jesuita a Migrantes, SJM ([www.sjmchile.org](http://www.sjmchile.org))
- Pride Connection Chile ([www.prideconnection.cl](http://www.prideconnection.cl))
- Soymás ([www.soymas.cl](http://www.soymas.cl))
- Fundación Proyecto B ([www.fundacionproyectob.cl](http://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](http://www.clgchile.cl))
- Agencia de Sostenibilidad Energética, AgenciaSE ([www.agenciase.org](http://www.agenciase.org))
- Chile Green Building Council ([www.chilegbc.cl](http://www.chilegbc.cl))
- Pacto Chileno de los Plásticos ([www.fch.cl](http://www.fch.cl))
- World Wildlife Fund, WWF Chile ([www.wwf.cl](http://www.wwf.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](http://www.techo.org))
- Fundación Junto al Barrio ([www.juntoalbarrio.cl](http://www.juntoalbarrio.cl))
- Movidos x Chile ([www.movidosxchile.cl](http://www.movidosxchile.cl))
- Déficit Cero ([www.deficitcero.cl](http://www.deficitcero.cl))



# Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

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 en esta Memoria.

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 catástrofes 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.
	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. <i>Más información en capítulo Personas.</i>
	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. <i>Más información en capítulo Personas.</i>  Asimismo, cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático que 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. <i>Más información en capítulo Clientes.</i>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	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, busca reducir brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. En 2024, se realizó el tercer programa interno de mentorías para mujeres líderes. <i>Más información en capítulo Personas.</i>  En el CES, la empresa busca fortalecer la presencia de mujeres maestras y especialistas en el mundo de la construcción, ya el 22% de los socios del CES son mujeres. <i>Más información en capítulo Clientes.</i>  Además, la empresa se compromete a velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, e cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos).
	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 hídrico. 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. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i>
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.  Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y se hace un uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, avanza en el abastecimiento con energías renovables.



ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	<p>Sodimac tiene el 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).</p> <p>Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. <i>Más información en capítulo Personas.</i></p> <p>Consciente de la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y el constante mejoramiento de los estándares de seguridad. <i>Más información en capítulo Personas.</i></p> <p>Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada superior al mínimo legal establecido a nivel país. <i>Más información en capítulo Personas.</i></p> <p>Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, para ello implementa diversas iniciativas en beneficio de sus trabajadores. <i>Más información en capítulo Personas.</i></p> <p>Al mismo tiempo, cuenta con el CES, un programa emblemático que 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. <i>Más información en capítulo Clientes.</i></p> <p>Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. <i>Más información en capítulo Proveedores.</i></p>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	<p>En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y el uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, avanza en el abastecimiento con energías renovables. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p> <p>Entre las acciones de Sodimac para proteger el planeta, destacan sus más de 6.400 productos y servicios sostenibles; su Red Nacional de Puntos Limpios; las iniciativas de economía circular, 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 renovables en sus instalaciones; la creciente utilización de electromovilidad en su operación y la promoción de la ecoeficiencia en los hogares. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p>
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	<p>Sodimac ha consolidado su programa "Construyendo Sueños de Hogar", iniciativa de voluntariado corporativo de gran importancia para la empresa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades donde está inserta. El programa ayuda también a los trabajadores de la empresa a mejorar sus hogares y calidad de vida. <i>Más información en capítulo Comunidad.</i></p> <p>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. <i>Más información en capítulo Comunidad.</i></p>



ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. <i>Más información en capítulo Sostenibilidad.</i></p> <p>En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y un uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se avanza en el abastecimiento con energías renovables. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p> <p>Entre las acciones de Sodimac para proteger el planeta destacan sus más de 6.400 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; sus iniciativas de economía circular; las campañas "Haciendo ECO"; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías renovables en sus instalaciones; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y la promoción de ecoeficiencia en los hogares. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p> <p>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. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	<p>Todos los despachos a clientes por compras online son carbono neutral. Sodimac obtuvo por quinto año consecutivo el sello "Excelencia" de Huella Chile, además de los sellos "Cuantificación" y "Reducción", por su compromiso y mejora continua en materia de GEI. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p> <p>En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>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. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p> <p>Entre las acciones de Sodimac para proteger el planeta también destacan sus más de 6.400 productos y servicios sostenibles; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Cuidemos La Casa De Todos"; las iniciativas de economía circular; 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. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p> <p>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 sostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i></p>
	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas	<p>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. <i>Más información en capítulo Sostenibilidad.</i></p> <p>Además, Sodimac busca realizar su actividad cumpliendo plenamente los preceptos legales y derechos civiles y laborales de las personas. Adicionalmente, ha desarrollado un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. <i>Más información en capítulo Gobierno Corporativo.</i></p>

# Desarrollo del Negocio





# Mercado y segmentos de negocio

Sodimac busca satisfacer las necesidades de dos segmentos de negocio: mejoramiento del hogar y especialista. Para ello, ha implementado una exitosa estrategia basada en diferentes formatos de ventas y servicios complementarios.

Aunque gran parte de la demanda de la industria proviene de actividades relacionadas directamente con la construcción, este mercado se correlaciona no sólo con este sector, sino también con el retail.

Las tiendas **Sodimac Homecenter** ofrecen una amplia variedad de productos y servicios para el equipamiento, renovación, remodelación y decoración, y se orientan principalmente a familias que buscan mejorar sus hogares.

**Sodimac Constructor** se enfoca en los profesionales, maestros y contratistas que buscan materiales de construcción y productos de ferretería a los mejores precios. Estos clientes necesitan una atención rápida y experta, por lo que las tiendas están estructuradas en torno a un patio que permite cargar los vehículos de los clientes directamente y luego pagar de manera expedita.

**Imperial** es un formato especializado en el rubro de los mueblistas y maderas, que ofrece un surtido de productos y servicios valorado por este grupo de clientes.

**Sodimac Empresas** atiende a empresas constructoras, industriales y metalmecánicas, así como a ferreterías. Estos clientes compran en grandes volúmenes y requieren mucha formalidad en el cumplimiento de los compromisos y plazos de entrega.

Para abastecer determinadas zonas, fundamentalmente por catástrofes naturales o situaciones de emergencia, la empresa también opera puntos de venta de menor tamaño con instalaciones de carácter transitorio, los que denomina **Sodimac Reconstructor**. Asimismo, tiene un formato piloto en la zona de Chicureo, comuna de Colina, bajo la marca **Sodimac Express**.

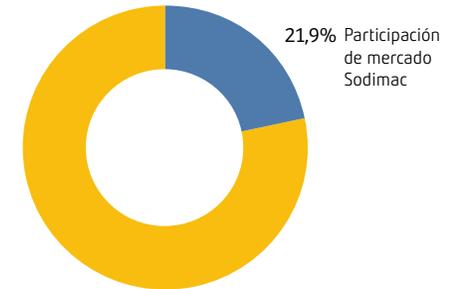
Sodimac tiene además un **canal de Venta a Distancia y Servicios**, que complementa y apoya el negocio global, e incluye servicios de arriendo, despacho a domicilio y apoyo con información y orientación a través de la

página web y call center de la compañía. El objetivo de esta área es facilitar el acceso de los clientes a la más amplia variedad de productos y servicios que ofrece la empresa.

**No hay clientes que representen el 10% de los ingresos en ninguna área de negocio (ni mejoramiento del hogar ni especialista).**

## Participación de mercado

La participación de mercado de Sodimac al 31 de diciembre de 2024, incluyendo Imperial, alcanzó a 21,9%.



Fuente: Estimación realizada por la compañía en base a cifras del Censo, EPF, INE, CChC e información de prensa.

### Mercados

Mejoramiento del hogar

Especialista

### Clientes

Familias

Maestros (contratistas, pequeños especialistas)

Empresas (constructoras medianas y grandes)

### Formatos de ventas





## Investigación y desarrollo

Con el objetivo de entregar cada vez una mejor experiencia a los clientes y realizar una gestión eficiente del negocio, Sodimac destina importantes recursos a la incorporación y el desarrollo de tecnología aplicada al retail. La empresa incorpora los últimos avances de la industria de las comunicaciones, logística, manejo de materiales, tecnologías de información, y nuevas tecnologías de ventas y marketing. Paralelamente, busca aumentar la presencia nacional a través de tiendas físicas y su integración con el canal online, mejorando la infraestructura existente y desarrollando nuevos formatos de negocios.

Para mantener su liderazgo, la empresa invierte anualmente en el desarrollo de importantes planes de capacitación y entrenamiento del personal.

## Innovación

Sodimac entiende que innovar e introducir mejoras en sus procesos, enfocados en los clientes, es un atributo clave para mantener el liderazgo y la sostenibilidad de la empresa en el mediano y largo plazo.

Como parte de ese esfuerzo, trabaja con el ecosistema emprendedor, especialmente con startups, buscando soluciones a “dolores internos” a través del modelo de venture client, lo que permite potenciar la velocidad y flexibilidad con un modelo de cocreación.

Los focos de trabajo son: experiencia de clientes en tienda, eficiencia de cara a los procesos que impactan al cliente y aumento de conversión.

*Sodimac fue reconocida por 5° año consecutivo con el primer lugar en la categoría “Mejoramiento del Hogar” del Ranking Most Innovative Companies Chile 2024, que elabora ESE Business School de la Universidad de los Andes y la consultora MIC Business Consulting.*

*La empresa invirtió \$111.638.726 millones en programas de investigación, desarrollo e innovación durante 2024.*

## Cultura de innovación

Sodimac desarrolla una estrategia de cultura de innovación en tres niveles, con programas de capacitación para introducir la metodología sistemática de la gestión de innovación a todo nivel.

Cuenta con un programa de capacitación en conceptos y proceso de innovación, generación de proyectos y habilidades comunicacionales dirigido a todos los líderes de tiendas a nivel nacional. Se capacitaron 1.063 personas en 2024.

Tiene una red de líderes de innovación de más de 30 personas, la mayoría jefes de área de las 11 gerencias de Sodimac, elegidos para ser promotores de la innovación. Son intraemprendedores capacitados para conocer y trabajar con las diferentes fases de gestión de la innovación corporativa, lo que además incluyó el desarrollo de un proyecto que debieron presentar a los principales ejecutivos de la empresa. Si bien estos líderes no tienen dependencia formal de la Subgerencia de Innovación, parte de su tiempo está destinado al desarrollo de proyectos de innovación y a la “evangelización” de esta disciplina a todo nivel.

El Comité Ejecutivo, liderado por el gerente general de Sodimac Chile, está constantemente revisando los proyectos, propuestas e iniciativas de innovación. De esta manera, se genera sinergia, direccionamiento y se acelera la innovación.

La empresa cuenta con programas de capacitación sobre el proceso de innovación y la experiencia real de lo que significa gestionar un proyecto. Para impulsar esta cultura se imparten cursos en la Escuela de Excelencia, que es el área encargada de la formación integral de los trabajadores y también se imparten módulos dentro de la inducción a los nuevos colaboradores.



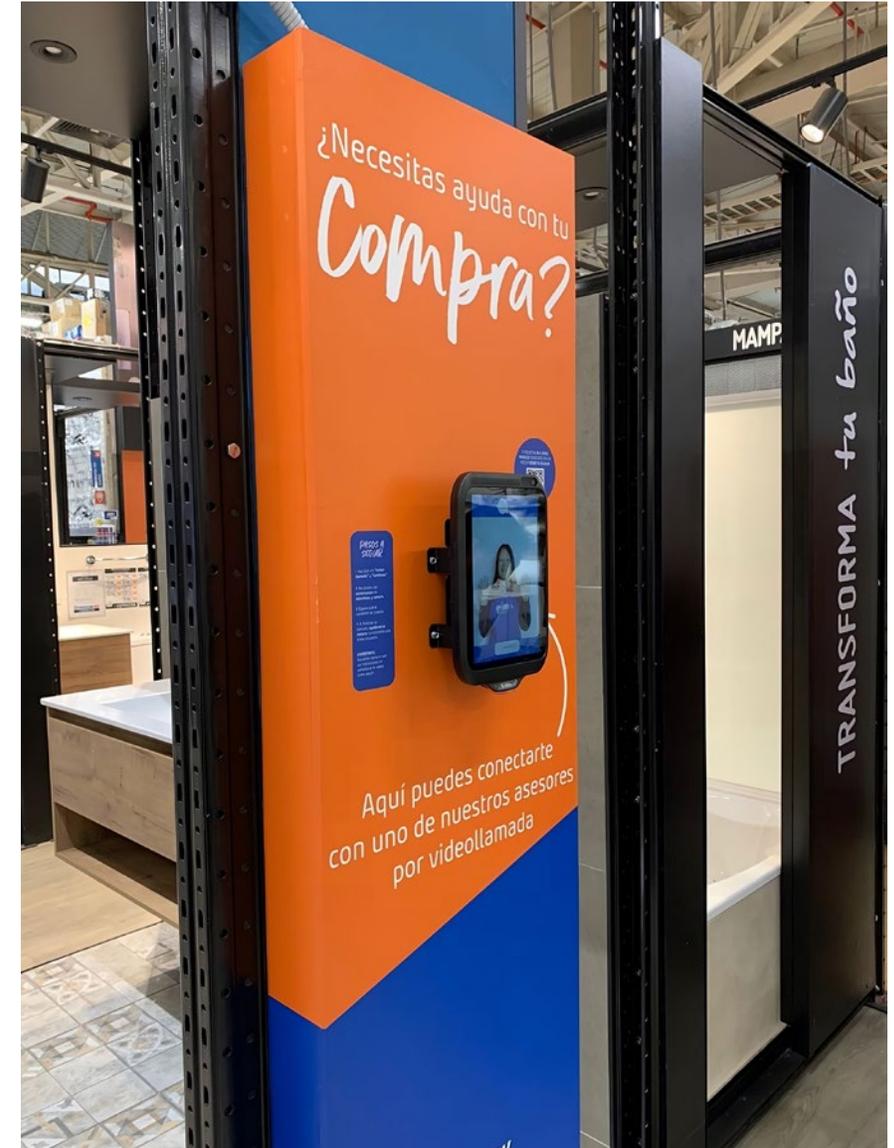
## Cocreación con startups

- El servicio de Venta Online Asistida (VOA) desarrollado con la startup Videsk en 2020, ayuda a los clientes a través de la asesoría de un vendedor experto que está a distancia, pero en tiempo real. Los apoya en encontrar un producto, saber sus características o los guía con su proyecto. Está disponible en Sodimac.com, la App, WhatsApp y en todas las tiendas físicas, donde son un complemento a la labor de los vendedores. Desde su lanzamiento, se han recibido más de 1.000.000 de solicitudes de orientación sobre productos y servicios o proyectos de decoración, baño y cocina. En 2024 se recibieron en promedio más de 8 mil interacciones con clientes por mes en VOA.
- Sodimac desarrolló también con la startup Alternity un asistente virtual operado por IA para orientar a los clientes en las tiendas. El avatar Pedro, que representa a un vendedor de Sodimac, ayuda a los clientes a ubicar donde pueden encontrar los productos en las tiendas, mejorando la tasa de conversión y el ticket promedio, pero lo más importante es que contribuye a una mejor experiencia de los clientes en las tiendas. Estas consultas se pueden realizar a través de notas de voz escaneando un código QR en el celular o interactuando con el tótem de Pedro que está situado en la entrada de la tienda Sodimac Maipú, con miras a llegar a más locales próximamente.
- Con la startup Mapvx (conocida por su solución inclusiva Lazarillo) se desarrolló un piloto en la tienda de Huechuraba, donde se mapeó en 3D todo el local para disponibilizar un mapa interactivo a los clientes y ayudarlos a encontrar los productos y servicios que necesitan.
- En la búsqueda de nuevas formas de mejorar el funcionamiento de las tiendas desde la generación y mejor uso de la información, Sodimac diseñó el proyecto PIT (Procesamiento de Imágenes en Tienda) con la startup Sumato. A través de tecnología de Computer Vision y algoritmos de IA, PIT mide el tráfico en tiendas para eficientar procesos y mejorar la experiencia de los clientes, al detectar, por ejemplo, los pasillos que más asesoría de vendedores necesitan.
- Adicionalmente, en conjunto con FollowUp, se desarrolló un proyecto de mapeo del frente a cajas a través del procesamiento

de imágenes y Computer Vision para poder identificar indicadores asociados al comportamiento de los clientes en cajas como tiempo de permanencia en filas, personas en filas o tiempo de transacciones, lo que nos permite introducir cambios para un mejor servicio.

- Otra iniciativa con IA es la impulsada con la startup Zippedi para gestionar labores rutinarias y potenciar la experiencia de los clientes. El resultado es un robot -que los trabajadores bautizaron como "Tito"- que opera de noche en todas las tiendas Homecenter y Constructor automatizando procesos para detectar si hay errores en los precios exhibidos o validar si existen quiebres de stock.

- Durante 2024, se trabajó para lanzar a fin de año un proyecto piloto de un asesor de venta, basado en IA generativa, que ayudará a los clientes en sus proyectos de hogar y elección de productos. Este asesor estará disponible en la página web de Sodimac y en las tiendas. Además, apoyará a los vendedores en su gestión, suministrándoles información necesaria para que puedan asesorar mejor a los clientes.





## Políticas de inversión y financiamiento

Sodimac realiza las inversiones necesarias para el cumplimiento de sus objetivos de negocio de acuerdo con planes de expansión propuestos por la administración y aprobados por el Directorio. El estudio y la aprobación de estos proyectos se efectúa siguiendo criterios técnicos y económicos, así como variables sociales y ambientales.

Para profundizar su capacidad de escucha y anticiparse a las controversias territoriales en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones, desde 2018 la Gerencia de Proyectos utiliza una herramienta especialmente desarrollada para la empresa, que se denomina Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT). Esta se aplica en cada territorio donde se proyectan nuevas obras, ampliaciones y remodelaciones, incorporando así la Política de Sostenibilidad de la empresa en los criterios de evaluación de las inversiones.

Las fuentes de financiamiento se administran conforme al plan financiero de largo plazo de la empresa. Los recursos financieros se obtienen de fuentes propias, de endeudamiento tradicional, de instrumentos de oferta pública y privada con o sin opción de conversión en capital, en Chile o en el extranjero, créditos de proveedores y aportes de capital, si las condiciones estratégicas lo aconsejan. La utilidad del ejercicio representa una fuente neta de financiamiento en aquella porción de retención que es aprobada por la Junta de Accionistas.

## Plan de inversiones anual

En 2024 se materializaron inversiones por \$21,9 mil millones que se destinaron principalmente a la construcción, ampliación, remodelación, actualización y mantención de tiendas físicas, inversiones en centros de distribución y tecnología, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes, potenciar el crecimiento omnicanal, así como mejorar la eficiencia y productividad.

## Propiedades

Durante 2024, la empresa vendió el terreno en el que se ubica Sodimac Castro. Por ende, actualmente todas sus tiendas se encuentran arrendadas a terceros mediante contratos a largo plazo que aseguran su tenencia. En estos inmuebles, de acuerdo con los contratos suscritos, la compañía efectúa inversiones en edificaciones, instalaciones, ampliaciones y similares, necesarias para el ejercicio de su actividad comercial.

La determinación de las vidas útiles de activos las define la compañía matriz Falabella S.A. para sus diferentes unidades, entre ellas Sodimac.

Las propiedades, plantas y equipos se registran al costo y se presentan netos de su depreciación acumulada y deterioro acumulado de valor, excepto por los terrenos los cuales no están sujetos a depreciación. La depreciación es calculada linealmente durante la vida útil técnica de los activos, hasta el monto de su valor residual, de

existir. Las vidas útiles técnicas estimadas por categoría son las siguientes:

### Vidas útiles económicas estimadas por categoría

Categoría	Rangos (años)
Edificios	50
Máquinas y equipos	2 – 8
Equipamiento de tecnologías de la información	5 – 6
Instalaciones fijas y accesorios	10
Vehículos de motor	5 – 7
Otros	3 – 12

Sodimac S.A. no tiene Propiedades de Inversión (terrenos y edificios propios).

Los activos intangibles adquiridos separadamente son medidos al costo de adquisición. El costo de los activos

## Equipamiento

Los principales equipos corresponden a equipamiento de tiendas, tales como racks o estanterías, dimensionadoras de madera, grúas horquillas, mobiliario de tiendas, carros, maquinaria especializada en la preparación de fierro y otros de naturaleza similar, distribuidos a lo largo del país.

intangibles adquiridos en una combinación de negocios es su valor razonable a la fecha de adquisición. Después de su reconocimiento inicial, los activos intangibles con vidas útiles definidas son registrados al costo menos cualquier amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro acumulada en el caso de corresponder. Los costos de investigación se llevan directamente a resultados.

### Vidas útiles estimadas para cada categoría de activo intangible

Categoría	Rango (años)
Marcas comerciales (adquiridas en combinación de negocios)	Indefinida
Software	4
Patentes, marcas registradas y otros derechos	10
Licencias de programas informáticos	5 – 10



## Seguros

Sodimac cuenta con cobertura de seguros para los riesgos de incendio, sismo, paralización, responsabilidad civil, desórdenes populares y manifestaciones violentas, entre otros, que puedan afectar los activos, el patrimonio y la operación de la empresa. Estos seguros están contratados con compañías líderes en el mercado asegurador nacional que cuentan con reaseguros a nivel internacional, lo que garantiza un adecuado respaldo. Tanto los bienes como los conceptos asegurados son evaluados en forma periódica por especialistas del rubro.

## Contratos más relevantes

- Convenios comerciales con proveedores (TCS y Vendor-Buying Agreement).
- Contratos de servicios de certificación y testeo de calidad con diversos laboratorios autorizados.
- Contrato de servicios de certificación Ley N° 20.393 con BH Compliance.
- Contratos de arriendos de varias propiedades con Falabella Inmobiliario S.A., Mall Plaza y Grupo Dersa.
- Contratos de clasificación de riesgo con Clasificadora Humphreys Ltda. y Fitch Chile Ltda.
- Contrato de emisión de bonos suscritos con el Banco de Chile con fecha 27.11.2012, fecha de colocación del bono vigente 10.01.2013.
- Contratos de seguros generales con diversas compañías de seguros (BCI Seguros, CHUBB, Consorcio, Continental, Everest, FID, Mapfre, Southbridge).
- Contrato de Agencia de Publicidad con BBDO.
- Contratos de auspicio con diversos equipos de fútbol (Colo-Colo, Universidad de Chile, Universidad Católica y otros).
- Contratos de servicios de marketing con radios locales y canales de televisión.
- Contratos de servicios de seguridad privada, alimentación, aseo y servicios computacionales con diversas empresas especializadas.
- Contratos de servicios de transporte terrestre, marítimo y por vía férrea con diversas empresas especializadas y con Logística Internacional Limitada.
- Contratos de arriendo de grúas horquillas con Derco S.A. y YALE.
- Contratos de colaboración con fundaciones TECHO-Chile y Junto al Barrio.
- Contratos de suministro de energía solar con Solarity SpA. y Efesolar SpA.
- Contrato de operación de Red Nacional de Puntos Limpios con Nuevos Desarrollos S.A. y TriCiclos S.A.
- Contratos con Promotora CMR Falabella S.A y Servicios e Inversiones Falabella Limitada.
- Contrato con New Trade por carritos de compra.
- Contrato de reembolso IKSO a Sodimac por diversos servicios.
- Contrato con Falabella Tecnología Corporativa Limitada.
- Contrato con Falabella S.A. de otorgamiento de franquicia para el uso de su Sistema Retail y Marcas.
- Contrato con Falabella.com SpA por utilización de plataforma para ventas y despachos de productos a clientes.
- Contrato de Cuenta Corriente Mercantil con Falabella S.A.
- Contrato de comisiones y servicios de soporte varios con Falabella.com.
- Contrato de servicios de prestación de servicios de tecnología e información, y marketing y BI intra-grupo.



## Marcas y patentes

Sodimac S.A. utiliza en su identificación comercial numerosas marcas de propiedad de su matriz. Entre éstas, que se encuentran inscritas en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) de Chile y se utilizan en virtud de un contrato con Falabella S.A. de otorgamiento de franquicia para el uso de su Sistema Retail y Marcas, destacan: Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Ubermann, Bauker, Casa Bonita, Topex, Mr. Beef, Glam, Kölor, Dairu, Ozom, Fixser, Sensi Dacqua, Holztek, Redline, Just Home Collection, Klimber, Karson y Autostyle, entre otras.

## Licencias, franquicias, royalties y/o concesiones

La empresa no tiene licencias, franquicias, royalties y/o concesiones de su propiedad.

## Actividades financieras

La empresa mantiene relaciones comerciales con la mayoría de las instituciones financieras del país, abarcando una amplia gama de productos y servicios. Las más relevantes son las operaciones de inversión financiera de corto plazo, los créditos bancarios de corto plazo en moneda nacional, las operaciones de comercio exterior, productos derivados, recaudación de ventas, pagos masivos y deuda de largo plazo por emisión de bonos.

Sodimac financia aquellos activos que presentan una liquidez menor a un año con pasivos de corto plazo y los activos menos líquidos o que permanecen por un plazo mayor, con capital propio y pasivos de largo plazo.



# Personas



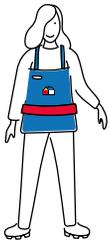


# Nuestro Equipo

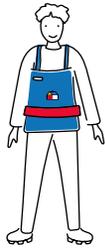
(Incluye Sodimac Chile y Corporativo, al 31 de diciembre de 2024)

En 2024, se redujo la jornada laboral a 44 horas semanales.

**12.365** trabajadores



**43,8%**  
mujeres



**56,2%**  
hombres

## Distribución por edad:

Menor de 30 años	17,9%
30-40 años	33,6%
41-50 años	25,2%
51-60 años	17,1%
61-70 años	5,8%
+70 años	0,4%

## Distribución por tipo de contrato:

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Indefinido	6.829 98,3%	5.353 98,8%	12.182 98,5%
Plazo fijo	117 1,7%	66 1,2%	183 1,5%
<b>Total</b>	<b>6.946 56,2%</b>	<b>5.419 43,8%</b>	<b>12.365 100%</b>

Pactos y jornadas	Hombres	Mujeres	Total
Jornada completa	5.857 84,3%	3.598 66,4%	9.455 76,5%
Jornada a tiempo parcial	1.089 15,7%	1.821 33,6%	2.910 23,5%
Teletrabajo parcial	-	-	-
Teletrabajo completo	534 7,7%	457 8,4%	991 8,0%
Con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	-	-	-
Con bandas de horas para cuidadores de niños/as de hasta 12 años	-	-	-

\* Para las personas con teletrabajo, se consideran también quienes en la práctica realizan teletrabajo, pero que no tienen firmado un anexo de contrato asociado a ello.

## Distribución por cargo

Cargo	Hombres	Mujeres	Total
Alta gerencia	6	3	9
Gerencia	276	163	439
Jefatura	662	403	1.065
Operario	3.341	1.684	5.025
Fuerza de venta	1.930	2.502	4.432
Administrativo	96	157	253
Auxiliar	-	1	1
Otros profesionales	635	506	1.141
<b>Total</b>	<b>6.946</b>	<b>5.419</b>	<b>12.365</b>

## Distribución por unidad de negocio

Unidad	Hombres	Mujeres	Total
Sodimac Chile	6.865	5.376	12.241
Imperial	644	254	898
Corporativo	81	43	124
<b>Otras filiales</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>21</b>
<b>Total</b>	<b>7.600</b>	<b>5.692</b>	<b>13.292</b>



*La compañía no distingue entre grupos raciales y étnicos de sus colaboradores.*

Chilenos **11.664**

Otras nacionalidades **701**

### Distribución por nacionalidad

Cargo Nacionalidad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Chile	4 hombres 3 mujeres	267 hombres 159 mujeres	627 hombres 390 mujeres	3.134 hombres 1.536 mujeres	1.853 hombres 2.391 mujeres	83 hombres 139 mujeres	0 hombres 1 mujeres	598 hombres 479 mujeres
Venezuela	0 hombres 0 mujeres	1 hombres 1 mujeres	23 hombres 5 mujeres	98 hombres 75 mujeres	39 hombres 47 mujeres	10 hombres 16 mujeres	0 hombres 0 mujeres	32 hombres 19 mujeres
Perú	0 hombres 0 mujeres	3 hombres 1 mujeres	7 hombres 3 mujeres	40 hombres 24 mujeres	15 hombres 24 mujeres	0 hombres 1 mujeres	0 hombres 0 mujeres	2 hombres 1 mujeres
Colombia	0 hombres 0 mujeres	2 hombres 0 mujeres	1 hombres 1 mujeres	33 hombres 19 mujeres	8 hombres 13 mujeres	2 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	1 hombres 2 mujeres
Bolivia	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujeres	1 hombres 3 mujeres	9 hombres 18 mujeres	6 hombres 16 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 2 mujeres
Ecuador	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujeres	0 hombres 0 mujeres	6 hombres 3 mujeres	2 hombres 5 mujeres	0 hombres 1 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujeres
Argentina	2 hombres 0 mujeres	2 hombres 0 mujeres	3 hombres 0 mujeres	3 hombres 2 mujeres	4 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	2 hombres 0 mujeres
Haití	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	11 hombres 1 mujeres	1 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 mujeres 0 hombres
Brasil	0 hombres 0 mujeres	1 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	1 hombres 1 mujeres	1 hombres 3 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 mujeres 0 hombres
Otros	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujeres	6 hombres 5 mujeres	1 hombres 3 mujeres	1 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 2 mujeres
<b>Total</b>	<b>6 hombres 3 mujeres</b>	<b>276 hombres 163 mujeres</b>	<b>662 hombres 403 mujeres</b>	<b>3.341 hombres 1.684 mujeres</b>	<b>1.930 hombres 2.502 mujeres</b>	<b>96 hombres 157 mujeres</b>	<b>0 hombres 1 mujeres</b>	<b>635 hombres 506 mujeres</b>



## Distribución por edad

Cargo Edad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Menos de 30 años	0 mujeres 0 hombres	1 mujeres 2 hombres	10 mujeres 32 hombres	341 mujeres 831 hombres	382 mujeres 411 hombres	11 mujeres 15 hombres	0 mujeres 0 hombres	73 mujeres 107 hombres
Entre 30-40 años	2 mujeres 0 hombres	41 mujeres 44 hombres	162 mujeres 283 hombres	598 mujeres 1.144 hombres	720 mujeres 585 hombres	70 mujeres 44 hombres	0 mujeres 0 hombres	229 mujeres 232 hombres
Entre 41-50 años	0 mujeres 3 hombres	82 mujeres 114 hombres	154 mujeres 215 hombres	457 mujeres 673 hombres	661 mujeres 358 hombres	42 mujeres 19 hombres	0 mujeres 0 hombres	139 mujeres 198 hombres
Entre 51-60 años	1 mujeres 2 hombres	35 mujeres 90 hombres	71 mujeres 114 hombres	246 mujeres 480 hombres	557 mujeres 333 hombres	29 mujeres 17 hombres	0 mujeres 0 hombres	58 mujeres 78 hombres
Entre 61-70 años	0 mujeres 1 hombres	4 mujeres 25 hombres	6 mujeres 18 hombres	42 mujeres 201 hombres	174 mujeres 211 hombres	5 mujeres 1 hombres	0 mujeres 0 hombres	7 mujeres 20 hombres
Más de 70 años	0 mujeres 0 hombres	0 mujeres 1 hombres	0 mujeres 0 hombres	0 mujeres 12 hombres	8 mujeres 32 hombres	0 mujeres 0 hombres	1 mujeres 0 hombres	0 mujeres 0 hombres
<b>Total</b>	<b>3 mujeres 6 hombres</b>	<b>163 mujeres 276 hombres</b>	<b>403 mujeres 662 hombres</b>	<b>1.684 mujeres 3.341 hombres</b>	<b>2.502 mujeres 1.930 hombres</b>	<b>157 mujeres 96 hombres</b>	<b>1 mujeres 0 hombres</b>	<b>506 mujeres 635 hombres</b>

## Distribución por antigüedad

Cargo Antigüedad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Menos de 3 años	0 mujeres 0 hombres	11 mujeres 9 hombres	17 mujeres 39 hombres	279 mujeres 609 hombres	297 mujeres 254 hombres	12 mujeres 10 hombres	0 mujeres 0 hombres	108 mujeres 117 hombres
Entre 3 y 6 años	1 mujeres 2 hombres	7 mujeres 7 hombres	21 mujeres 53 hombres	466 mujeres 752 hombres	423 mujeres 329 hombres	41 mujeres 23 hombres	0 mujeres 0 hombres	88 mujeres 87 hombres
Entre 6 y 9 años	0 mujeres 0 hombres	10 mujeres 17 hombres	48 mujeres 82 hombres	251 mujeres 637 hombres	505 mujeres 409 hombres	26 mujeres 18 hombres	0 mujeres 0 hombres	58 mujeres 79 hombres
Entre 9 y 12 años	1 mujeres 0 hombres	10 mujeres 11 hombres	45 mujeres 74 hombres	172 mujeres 401 hombres	324 mujeres 219 hombres	14 mujeres 11 hombres	0 mujeres 0 hombres	42 mujeres 47 hombres
Más de 12 años	1 mujeres 4 hombres	125 mujeres 232 hombres	272 mujeres 414 hombres	516 mujeres 942 hombres	953 mujeres 719 hombres	64 mujeres 34 hombres	1 mujeres 0 hombres	210 mujeres 305 hombres
<b>Total</b>	<b>3 mujeres 6 hombres</b>	<b>163 mujeres 276 hombres</b>	<b>403 mujeres 662 hombres</b>	<b>1.684 mujeres 3.341 hombres</b>	<b>2.502 mujeres 1.930 hombres</b>	<b>157 mujeres 96 hombres</b>	<b>1 mujeres 0 hombres</b>	<b>506 mujeres 635 hombres</b>



## Distribución personas con discapacidad

Cargo	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Número de personas con discapacidad	0 mujeres 0 hombres	0 mujeres 1 hombres	1 mujeres 3 hombres	1 mujeres 6 hombres	51 mujeres 92 hombres	1 mujeres 2 hombres	0 mujeres 0 hombres	1 mujeres 3 hombres

## Nuevas contrataciones y empleabilidad local

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 2024, se contrataron 960 nuevos trabajadores (604 hombres y 356 mujeres).

## Tasa de rotación y contratación

Incluye todas las modalidades de contrato (indefinidos, a plazo fijo, full-time y part-time).

Tasa de rotación medida como el total de empleados que dejaron la organización durante 2024 voluntariamente o por despido, jubilación o fallecimiento, sobre el total de la dotación de diciembre.

Tasa de contratación medida como el total de nuevas contrataciones durante el 2024 sobre el total de la dotación de diciembre.

Tasa de rotación	Oficinas Centrales	Tiendas y centros distribución
10,0%	8,9%	10,2%

Tasa de salida voluntaria	Tasa de salida no voluntaria
4,0%	4,8%

## Tasa de contratación y rotación por edad

	Menor de 30 años	30-40 años	41-50 años	51-60 años	61-70 años	Mayor de 70 años	Total general
Tasa de contratación	25,2%	6,9%	3,3%	1,9%	0,8%	1,3%	7,9%
Tasa de rotación	23,2%	10,6%	5,3%	4,3%	5,6%	11,5%	10,0%



# 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 siguió impulsando el Programa de Prácticas Profesionales, con el objetivo de atraer a los mejores talentos jóvenes para potenciarlos y brindarles posibilidades de crecimiento.

**Se duplicó el número de prácticas profesionales de verano en la oficina central: 62 practicantes.**

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

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.

**400.910 horas de capacitación en Sodimac Chile durante 2024.**

**12.145 personas capacitadas 98% de la dotación**

**Promedio horas de capacitación: 34,26 por persona**

**- 34,31 horas promedio hombres**

**- 34,46 horas promedio mujeres**

**\$ 1.934.794.755 total invertido en capacitación en 2024, equivale a 0,09% de los ingresos anuales.**



Horas de Capacitación por cargo	2024		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Alta gerencia	7	0	7
Gerencia	2.809	774	2.035
Jefatura	49.918	18.364	31.554
Operario	10.380	1.293	9.087
Fuerza de venta	322.552	148.435	174.177
Administrativo	2.798	1.409	1.389
Auxiliar	170	32	138
Otros profesionales	12.276	5.759	6.517
<b>Total</b>	<b>400.910</b>	<b>176.066</b>	<b>224.844</b>

Cargo	2024		
	Mujeres capacitadas	Hombres capacitados	Total
Alta gerencia	0 0%	1 14,3%	1
Gerencia	59 89%	114 94,2%	173
Jefatura	447 95,5%	793 95,9%	1.240
Operario	62 75,6%	623 88%	685
Fuerza de venta	4.174 90,9%	4.824 91,3%	8.998
Administrativo	104 66,7%	90 74,4%	194
Auxiliar	3 75,5%	4 80%	7
Otros profesionales	368 68,8%	479 74,6%	847
<b>Total</b>	<b>6.874 88,7%</b>	<b>5.171 90,3%</b>	<b>12.145</b>



Entre las capacitaciones realizadas en 2024 destacan:

- Programa de Desarrollo de Líderes de Tienda (DLT): Más de 1.000 líderes de tiendas capacitados en programa de tres días liderado por expertos de Sodimac.
- Programa de Desarrollo de Líderes de la Cadena (DLC): 66 líderes capacitados, programa de dos días liderado por expertos de Sodimac.
- Después de 4 años, se retomaron las ferias presenciales de capacitación de productos: 10 ferias en el año, más de 1.200 vendedores capacitados a nivel nacional.
- Se retomaron cursos presenciales que apalancaron focos clave en la operación: Técnicas de atención a clientes, venta de proyectos, estándares comerciales, taller de actitud: 2.923 personas capacitadas a nivel nacional.
- Se realizó un programa específico para fortalecer a los equipos de contactabilidad, alineado al programa Maestrato, en formato mixto: 98 personas capacitadas, 100% de la dotación del área.
- Taller Experiencia de Clientes para Oficina de Apoyo (presencial): 180 participantes.
- Plan de capacitación especial creado para el equipo de venta online asistida: 90% del equipo capacitado.
- Más de 600 personas participaron en cursos de inglés.

- Iniciativa para habilitar los mesones de dimensionado: 185 personas certificadas a nivel nacional.
- Cursos de Excel y Power BI (presencial): 60 participantes.
- Autoaprendizaje en Academia Falabella: Más de 6.000 cursos voluntarios realizados.
- Más de 100 becas de estudios otorgadas a los trabajadores.

## 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. Además, existe un programa de becas para complementar la formación, junto a programas de diplomados especiales dictados por reconocidos centros académicos.



## Programa Monitor

La Escuela de Excelencia, con el aporte técnico del equipo comercial, preparó a 1.036 monitores a nivel nacional, para capacitar a sus compañeros de tienda en diferentes áreas de productos y servicios. El 91% de los vendedores realizaron la prueba de Conocimiento Técnico Integral que certifica su conocimiento actualizado, obteniendo una nota promedio de 8,54.

## OTEC Trainemac: entre las que más trabajadores forma en el país

La mayoría de los cursos de formación de la compañía se imparten a través de Trainemac, 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), Trainemac se sitúa cada año entre las tres OTEC que más trabajadores capacitan en el país.



# Desarrollo Profesional

Más del 55% de los movimientos de planes de sucesión de gerentes y subgerentes de tienda fueron mujeres.

## 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 2024 hubo 39 ascensos en total (16 hombres y 23 mujeres): 33 de jefaturas a subgerentes y 6 de subgerentes a gerentes en Sodimac.

En 2024 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 una nueva versión de "Crece", iniciativa regional para atraer y desarrollar a profesionales jóvenes, con 4 profesionales graduados de Sodimac Chile.

## Concursos internos

La compañía 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 Falabella. En 2024, se realizaron 399 procesos de esta naturaleza en todo Chile, con 260 seleccionados internos que cubrieron nuevas posiciones en la empresa.

## Evaluaciones de desempeño

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.

Para la plana ejecutiva, la empresa aplica procesos de Evaluación 360° en Sodimac y filiales, abarcando a 169 personas en el período (116 hombres y 53 mujeres).

En 2024, se evaluó al 100% del total de los trabajadores evaluables en Sodimac y filiales, equivalente a 12.192 personas (56,2% hombres y 43,8% mujeres).

## Compensaciones

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 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.

No hay trabajadores de tienda ni otros que ganen el salario mínimo establecido en el país. Todos superan ese monto

Año	Salario mínimo país (\$)	Salario inicial Sodimac (\$)	Relación Sodimac vs país
2022	400.000	598.333	1,50
2023	460.000	688.083	1,50
2024	500.000	747.917	1,50

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

Fuente: Sodimac.

Salario medio por hora \$ 5.058.<sup>(1)</sup>

Nota: el cálculo de salario medio por hora solo incluye Sodimac (sin filiales), y se hizo en base al salario base, no considera gratificaciones ni bonos por desempeño.



# Brecha salarial

La estrategia de compensación se basa en principios de equidad interna y competitividad externa, determinando los salarios en función de la responsabilidad y de la contribución individual.

La medición de la brecha salarial se realiza por nivel de responsabilidad o grado interno asignado a cada posición, con el objetivo de comparar sueldos de manera equitativa de acuerdo con el nivel de cargo. Al menos anualmente, se realiza un proceso de revisión salarial imparcial, basado en la responsabilidad, mérito y los principios de equidad interna y competitividad externa. En un mismo nivel de responsabilidad, se asigna una compensación similar dentro de la banda salarial, garantizando que las compensaciones sean competitivas. Se premia el mérito, otorgando mayores incrementos a aquellos con un desempeño destacado.

La empresa gestiona la brecha salarial, realizando seguimiento al indicador durante el año para tomar acciones.

## Brecha salarial por cargo

Metodología NG 461 (salario mujeres/salario hombres)

Categoría	Media	Mediana (percentil 50)
Alta gerencia	0,00%	0,00%
Gerencia	13,30%	12,60%
Jefatura	0,80%	-0,50%
Operario	3,40%	3,00%
Fuerza de venta	-2,50%	-1,90%
Auxiliar	0,00%	0,00%
Administrativo	-1,50%	-1,00%
Otros profesionales	1,40%	0,10%

Fuente: Sodimac. Expresado como Dato mujeres/Dato hombres.

Metodología calcula brecha por cargos comparables (agrupados en IPE (nivel de cargo)), que luego se pondera según el peso relativo de cada uno por la cantidad de personas. Considera Full Time.

Alta Gerencia: no comparable según metodología.

Auxiliar: solo una persona



## Brecha salarial consolidada

Metodología NCG 461: valor relativo de promedios y medianas: (salario mujeres/salario hombres):

### Brecha salarial entre hombres y mujeres en %, según:

	Promedio	Mediana
Bonos pagados	2,7%	-4,2%
Salarios pagados	1,3%	1,1%



# Cultura y clima laboral

*75 comités de Cultura y Clima en Sodimac, compuestos por tres a cinco trabajadores de diversas áreas, con una participación total de 355 personas en todo Chile.*

Sodimac cuenta con un equipo especializado en cultura y clima que respalda y fomenta planes de acción con miras 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.

*35 conversatorios realizados en 2024, con 234 asistentes de tiendas, centros de distribución y Oficina de Apoyo.*

Para evaluar la cultura y el ambiente laboral, la empresa aplica anualmente una “Encuesta de Cultura” y otras herramientas complementarias denominadas “Pulsos”. La primera permite 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, se aplican encuestas más segmentadas denominadas Pulsos. El eNPS (Employee Net Promoter Score) es un instrumento que mide el nivel de recomendación interno y es parte de la Encuesta de Cultura. En 2024 se desarrollaron planes de acción en función de los resultados de estas mediciones. La totalidad de los equipos críticos que tuvieron un plan de trabajo específico mejoraron su engagement en 2024.

Los trabajadores tienen un rol activo 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.

**+5% en engagement interno en 2024 (nivel de entusiasmo y dedicación), destaca el orgullo con 81 puntos.**

**+20 puntos en eNPS (employee net promoter score), llegando a 54 puntos.**

**Índice de liderazgo aumentó 3%.**

Otras acciones de comunicación, cultura y clima organizacional llevadas a cabo en 2024 fueron:

- Dos reuniones anuales con líderes de ODA y Operaciones (tienda y logística) para alinear, informar y conectar sobre la estrategia del negocio, focos, proyectos e iniciativas de RR.HH.
- Lanzamiento plataforma digital de reconocimiento, mejor del trimestre ODA y ajustes en el programa de reconocimiento de tiendas y centros de distribución.

## Viva Engage

En 2024 hubo un promedio mensual de 6.500 personas activas en Viva Engage, canal de comunicación interno donde cada trabajador puede compartir experiencias, opiniones, hechos destacados y buenas prácticas. Los líderes publican sus proyectos en esta herramienta para dar mayor visibilidad y generar mayor compromiso.

Se publica un News Casanoticias (resumen semanal de lo principal en Viva Engage) dirigido a la Oficina de Apoyo (ODA) que tiene un 67% de apertura y también se envían Pautas Comunicacionales a los centros de distribución y tiendas, con un resumen semanal de lo más importante.

## Encuesta de Cultura en Imperial

Se aplica anualmente y es la principal herramienta de escucha que tiene Imperial para entender la percepción de sus colaboradores respecto al ambiente laboral y liderazgo. En 2024 destacó el crecimiento de 10 puntos en el indicador eNPS (Employee Net Promoter Score) respecto a la medición del año 2023.



# Calidad de vida

Sodimac aplica diversos programas para generar espacios laborales saludables, contribuir al bienestar de los trabajadores, facilitar la conciliación de trabajo y vida personal y aumentar los niveles de engagement. La empresa entregó más de 80 beneficios diferentes a sus trabajadores durante 2024, relacionados con la familia, vivienda, educación, salud, seguros, ayudas especiales, bonos, asignaciones y reconocimientos.

## Principales programas

### Orientación y apoyo social

La compañía tiene un equipo de 38 asistentes sociales a lo largo del país que brinda acompañamiento, orientación y apoyo frente a las diferentes necesidades sociales que presentan los trabajadores de tiendas, centros de distribución y oficina central, tanto en el ámbito laboral como familiar, haciendo seguimiento y evaluación. Buscan mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias a través de una atención social resolutiva, eficiente y cercana, lo que reduce los niveles de ansiedad y estrés. Permiten a la empresa ir de forma rápida y oportuna en ayuda de quienes enfrentan dificultades personales, ya sea socioeconómicas o de salud, o que sufran emergencias.

Durante 2024, estos asistentes sociales cumplieron un papel muy importante para ejecutar el apoyo inmediato que se entregó a los 24 trabajadores que perdieron su hogar por los incendios en la Región de Valparaíso.

En el año, adicionalmente se brindó apoyo a casos sociales presentados por 59 trabajadores, destinando aportes del Fondo de Bienestar que ascendieron a \$17.792.539.

Estos profesionales cumplen también un rol importante en el compromiso de que todos en Sodimac tengan igualdad de oportunidades de desarrollo laboral y condiciones, independiente del género, edad, origen cultural o cualquier otra característica.

Otra función muy relevante es ser asesores en casos de ética, como consejeros de integridad del Sistema de Integridad Corporativo que permite prevenir, identificar y abordar eventuales situaciones contrarias al Código de Ética de la empresa o las leyes.



### 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 2024 significó préstamos para facilitar este proceso a 82 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 el programa de voluntariado corporativo, que ya suman más de 4 mil voluntarios. En el año, esta iniciativa se concentró en el apoyo a los 24 trabajadores afectados por los incendios de la Región de Valparaíso. La empresa levantó cinco viviendas industrializadas para los trabajadores que perdieron sus hogares, y aportó recursos, materiales y enseres para quienes eligieron autoconstruir y para arrendatarios que necesitaron implementar sus nuevas casas.



## Programa de Salud

En el año se implementaron distintas acciones para el bienestar integral de trabajadores y sus familias, 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 el valor de mercado.

Los trabajadores, además, cuentan con un seguro complementario de salud, potenciado en 2024

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 año, 11.496 trabajadores titulares y 7.903 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 2024 se organizaron a nivel nacional diferentes torneos de fútbol, tenis de mesa, pádel, actividades de trekking, pausas activas y rutinas de entrenamiento, además de clases de yoga, entre otras acciones que beneficiaron a 7.600 trabajadores. A esto se sumaron diversas actividades deportivas online.

## 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 incluye lo siguiente:

- **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 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 tener el día libre.

Principales Beneficios (M\$)	2024
Bono de vacaciones	5.572.892,3
Antigüedad y permanencia	1.322.459,0
Bono de asistencia	3.818.383,8
Aguinaldos	1.877.258,4
Sala cuna	274.038,3
Beneficios por traslados	330.211,5
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	1.035.519,3
Eventos corporativos	358.813,1
Casino y colación	30.166,5

Fuente: Sodimac.

## Reconocimientos y otras actividades

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

- Ceremonia de Inicio de Año, que permite a la dotación estar más conectada y alineada con la estrategia y desafíos.

- Reconocimiento a la Excelencia Máxima, que destaca a los mejores trabajadores, tanto en desempeño como en actitud.
- Programa de Reconocimiento que destaca y premia mensual y trimestralmente a quienes generan un valor agregado en sus tareas.
- Celebración del Aniversario de la Compañía, que genera espacios de recreación y camaradería en cada lugar de trabajo.
- Reconocimientos a la Trayectoria, destacando el aporte de quienes cumplen 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 de la empresa.



## Evaluación de riesgos psicosociales en Imperial

Hay que destacar que en la evaluación 2024 del instrumento CEAL (Cuestionario de Evaluación Ambiental Laboral), ningún centro de trabajo de Imperial obtuvo riesgo alto, encontrándose 7 centros de trabajo en riesgo bajo, 9 centros de trabajo en riesgo medio, y 1 centro de trabajo en riesgo full bajo.



# Diversidad

La inclusión y la prevención de cualquier tipo de discriminación forman parte fundamental de la cultura corporativa de Sodimac. Desde 2015, la empresa cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación e implementa un proceso de gestión para tener ambientes de trabajo sin exclusiones por factores distintos al aporte laboral.

Sodimac tiene un proceso de selección inclusivo. Todas sus vacantes son inclusivas y ajusta sus procesos de reclutamiento para que cualquier persona participe en igualdad de condiciones.

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

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

El trabajo para fomentar espacios cada vez más inclusivos, equitativos y libres de discriminación es constante y durante 2024 se siguieron realizando diversos programas en esa línea.

**2.700 personas capacitadas en el curso de Diversidad e Inclusión durante 2024.**

**33% de mujeres en cargos ejecutivos en Sodimac Chile.**

**El objetivo es contar con un 40% de mujeres en posiciones de Alta Gerencia y Media Gerencia.**

**1,3% de trabajadores con discapacidad.**

**La filial Imperial durante 2024 creció 1,5 puntos porcentuales en la presencia de mujeres en cargos de gerentes y subgerentes, alcanzando un 27,5% en este nivel de cargo.**

## Equidad de género

La empresa tiene 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 esta línea, en 2024 continuó la segunda versión del programa de mentorías “Vamos por más mujeres líderes”, que incluyó 11 duplas de mentees y mentores (as) que trabajaron para potenciar su liderazgo.

A través de capacitaciones en terreno a jefaturas de tiendas y centros de distribución, se concientizó sobre la importancia de avanzar en la equidad y se reforzó el protocolo contra la violencia de género, de modo que todos los trabajadores estén informados sobre esta herramienta.

## Postnatal parental

Según lo establecido en la ley, los padres trabajadores tienen derecho a cinco días pagados de postnatal tras el nacimiento de un hijo o hija.

Las madres trabajadoras también tienen un descanso maternal postnatal de 12 semanas después del parto (o adopción de un menor de seis meses). A continuación de este periodo, tienen otras 12 semanas de postnatal parental, del que hasta seis semanas pueden ser transferidas al padre. En caso de adoptar un niño mayor de seis meses y menor de 18 años también tienen derecho a estas 12 semanas de postnatal parental.

**En 2024, 206 mujeres y 3 hombres hicieron uso de licencia postnatal parental.**

**La tasa de retorno al trabajo fue 60,43% en el caso de mujeres y 100% en el caso de hombres.**



## Discapacidad

Sodimac tiene un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad que brinda oportunidades laborales, ofreciendo condiciones para asegurar que, según su situación particular, puedan desempeñarse y tengan posibilidades de desarrollo en condiciones de igualdad.

En 2024, la empresa alcanzó 1,3% de trabajadores con discapacidad, superando lo exigido por la ley, y se continuó reforzando los 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, la Cadena de Abastecimiento cuenta con 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 utiliza un curso e-learning para capacitar de manera transversal a toda la dotación en temáticas específicas de discapacidad.

## CEOs por la Inclusión

Sodimac participa activamente en el compromiso #CEOporLaInclusión, iniciativa convocada por Acción Empresas, junto a Fundación ConTrabajo y 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. En 2024, la empresa participó en el Encuentro Anual, que reunió a más de 91 líderes empresariales.

## Generación senior

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

Actualmente trabajan en la compañía 950 personas senior (7,6 % de la dotación), la mayoría de los cuales está en tienda y con jornadas a tiempo completo. Los cargos que desempeñan se distribuyen de manera similar al resto de los trabajadores, realizando diversas funciones, principalmente de cara al cliente.

## Interculturalidad

A diciembre de 2024, un 5,7% de la dotación estaba conformada por trabajadores migrantes, provenientes de 14 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.

## 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 central. La compañía, además, posee un protocolo de transición de género, que se activó en una ocasión en 2024.

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 la certificación “Mejores Lugares para Trabajar LGBTI+” en la sexta versión de Equidad CL, programa de Human Rights Campaign (HRC), Fundación Iguales y Pride Connection Chile. Participaron 151 organizaciones, de las cuales 70 recibieron esta certificación.*



## Proyectos sociales y de reinserción

Otro eje de trabajo fue el aporte a la comunidad a través de alianzas con fundaciones y desde lo que la empresa sabe hacer, que es entregar herramientas de formación, abrir espacios para ganar experiencia y ofrecer posibilidades de empleabilidad.

En 2024, se trabajó con Proyecto B, organización que apoya la inserción sociolaboral de jóvenes vinculados a Sename y al nuevo Servicio Mejor Niñez. En conjunto, se realizó un programa de capacitación en tienda en el que participaron 16 jóvenes. La empresa recibió por segundo año consecutivo el Sello Transforma, por su compromiso con la inserción laboral de jóvenes en situación de vulnerabilidad. El jefe de RR.HH de la tienda Sodimac Ñuble fue reconocido por su liderazgo y aporte a esta causa.

En paralelo, se trabajó con Soymás, organización que promueve la formación integral de jóvenes madres, de modo que puedan sacar adelante sus proyectos de vida. La empresa cuenta con un plan de formación para las sedes de esa fundación en La Pintana y Renca. Aporta con relatores a los cursos de capacitación que esta realiza con Inacap, potenciando sus habilidades y conocimientos en temáticas como atención a clientes, venta de proyectos y talleres de actitud, entre otros. Ayuda además con caminatas guiadas por el Centro de Distribución Lo Espejo, para que conozcan de cerca la operación y forma de trabajo. Asimismo, les ofrece prácticas laborales y algunas de ellas han seguido trabajando en la empresa. En el año, seis jóvenes hicieron sus prácticas en las tiendas.

## Ley Karin: Prevención de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo

La empresa reforzó sus protocolos y capacitación para prevenir el acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo, como también la difusión interna de los canales de denuncia, de manera de dar cumplimiento a la Ley N°21.643.

- Más de 1.000 líderes fueron capacitados.
- Se realizó un espacio de Reflexión Ley Karin con más de 90 líderes de tiendas y centros de distribución.
- Se trabajó en una cápsula informativa y preventiva respecto a Acoso Sexual, Acoso Laboral y Violencia en el Trabajo, disponible para todos los trabajadores, así como gráficas comunicacionales sobre el Canal de Integridad existente para plantear consultas y denuncias por parte de internos y externos.
- Además, se capacitó al 100% de los Investigadores y Consejeros de Integridad de Sodimac en esta materia.
- 81,4% del personal fue capacitado durante el año respecto del protocolo de prevención del acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo y del procedimiento de investigación y sanción al que quedan sometidas estas conductas en la entidad.
- **47 denuncias de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo durante 2024 en Sodimac y filiales (39 presentadas ante la empresa y 8 ante la Dirección del Trabajo). De estas, 30 fueron presentadas por mujeres y 17 por hombres.**



# Prevención y seguridad laboral

En 2024, los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad del Centro de Distribución Lo Ruiz y la tienda Sodimac Quillota fueron certificados en Nivel 1, "Inicial".

Guiándose por los valores de la empresa 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.

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.

## 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.

Entre las actividades del año destacan el inicio de la implementación de la estrategia para la prevención de accidentes graves y fatales en la cadena de abastecimiento y fortalecimiento del liderazgo en seguridad y salud en el trabajo.

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

- La tasa acumulada de accidentes con tiempo perdido cerró en 1,42, un 44% por debajo del rubro Retail de empresas afiliadas a la ACHS.
- La tasa acumulada de siniestralidad cerró en 22,17, un 54% por debajo del rubro Retail de empresas afiliadas a la ACHS.

• 11.541 hallazgos de desviaciones detectadas por el Equipo de Monitoreo de Riesgos "OGP", lo que permitió mitigar riesgos del tipo eléctrico, incendio, seguridad física, trabajos peligrosos y de accidentes de personas.

• 948 caminatas de seguridad y salud ocupacional.

## Tasa de siniestralidad y accidentabilidad

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.

• 175 accidentes laborales, 3 enfermedades profesionales y 2.690 días perdidos (por accidentes del trabajo y enfermedades profesionales) al cierre de 2024, incluyendo los días de arrastre del año anterior.

• 1,31% fue la tasa de accidentabilidad, cifra igual a la de 2023, con 7 accidentes más que el año anterior.

• 22% fue la tasa de siniestralidad, cifra 1% menor a la

de 2023, lo que se traduce en una reducción de 207 días perdidos menos respecto al año anterior.

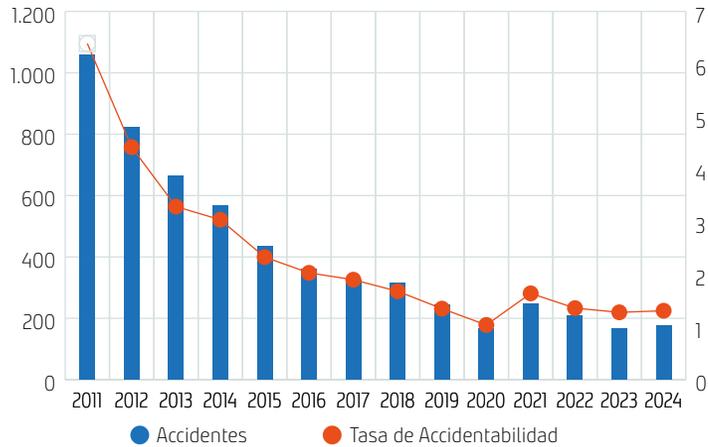
Zona o Región	2024		
	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales
Norte	292	24	0
Centro	311	24	0
Sur	997	67	03
RM	1.133	60	0
Hombres	1.859	117	2
Mujeres	831	58	1
Total (incluye días de arrastre)	2.733	175	03

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

Fuente: ACHS.



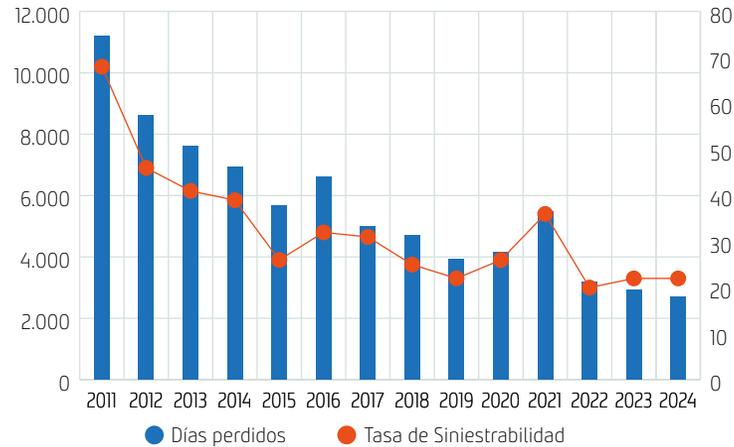
### Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fórmula de cálculo:  $N^{\circ}$  de accidentes / Promedio de trabajadores x 100.

Fuente: ACHS

### Tasa de Siniestralidad y Días Perdidos



Fórmula de cálculo:  $N^{\circ}$  de días perdidos / Promedio de trabajadores x 100.

Fuente: ACHS

### Salud y seguridad ocupacional

Trabajadores	2024
Total de lesiones con tiempo perdido	175
LTIFR (1.000.000)/total de horas trabajadas (N°)	N/A
Total de fatalidades	0
Tasa de fatabilidad	0

Trabajadores externos	2024
Total de lesiones con tiempo perdido	231
LTIFR (1.000.000)/total de horas trabajadas (N°)	N/A
Total de fatalidades	0
Tasa de fatabilidad	0



# Relación con sindicatos

Sodimac busca mantener una relación fluida, basada en el diálogo, la mutua colaboración y la confianza con sus organizaciones sindicales. Esto se basa en pilares como el respeto por las personas, el compromiso con su desarrollo personal y profesional, legitimidad de estas organizaciones y apego a la legislación.

## Tasa de sindicalización

Al cierre de 2024, en Sodimac Chile operaban seis sindicatos de empresa y un sindicato de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, que en conjunto representaban a 10.520 trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del 87%.

## Negociaciones colectivas

En Sodimac se realizaron seis negociaciones colectivas con sindicatos y una con un grupo negociador en 2024, representando 10.708 trabajadores, correspondientes al 87% de la dotación. Todas se cerraron sin conflictos ni necesidad de mediación ante la Dirección del Trabajo.

## 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. Estas instancias permiten a los representantes sindicales plantear sus inquietudes y la compañía también puede informarles 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 2024 hubo 134 juicios laborales, canalizados por las instancias legales de la compañía. De ellos, 93 se han terminado y a la fecha existen 41 juicios vigentes.

## Formación Sindical

Sodimac brinda un programa de formación para potenciar las habilidades de delegados y dirigentes sindicales. En 2024, se desarrollaron las siguientes capacitaciones:

- Capacitación sindicato Nocesur: 26 trabajadores capacitados, tema: aplicación de técnicas de trabajo en equipo.
- Capacitación sindicato Sodimac: 18 trabajadores capacitados, temas: legislación laboral, negociación colectiva y Ley Karín.

Causas Laborales	
Año	Nº Juicios laborales
2022	162
2023	492
2024	134

Fuente: Sodimac

Nota: En la filial Imperial, en tanto, se registraron xxx juicios laborales.

*En el marco de su programa de Derechos Humanos y Empresa, Sodimac tiene procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios de los derechos de sus trabajadores. La empresa cuenta con una matriz de riesgos, con identificación de controles y responsables, desarrolla capacitaciones en la materia y tiene un canal de denuncia anónimo y consejeros de integridad para orientar al personal.*

*La empresa no fue objeto en 2024 de acciones de tutela laboral.*



# Subcontratación en Sodimac

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 2024, en materia de subcontratación en Sodimac se recibieron un total de 144 demandas, de las cuales 81 concluyeron en el período y 63 seguían vigentes al cierre del año.

En línea con la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados, la empresa tiene un sistema de control de acceso de personal externo, operativo en todas las instalaciones, que permite controlar la documentación con la que debe contar el personal de empresas contratistas y subcontratistas.

Adicionalmente, esta unidad revisa constantemente que la información entregada 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.

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 y el cumplimiento de la normativa laboral vigente.

Subcontratación	2022	2023	2024
Empresas externas (*)	106	68	59
Nº de trabajadores (**)	6.283	5.062	5.531
Nº de fiscalizaciones	3	1	2
Nº de multas	3	0	2

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

(\*\*) En 2024, la dotación estuvo compuesta por un promedio de 5.531 trabajadores subcontratados, de los cuales 2.075 eran hombres y 3.455 mujeres.



# Proveedores





## Gestión sostenible de la cadena de suministro

*Sodimac realizó un evento de relacionamiento con sus proveedores en Chile para compartir su estrategia y cómo seguir mejorando en conjunto en beneficio de los clientes.*

La cadena de abastecimiento de Sodimac involucraba, al cierre de diciembre de 2024, a un total de 1.519 proveedores de productos y servicios, de los cuales 491 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, calidad y seguridad de su oferta, políticas de mejoramiento continuo, buenas prácticas laborales, ambientes de trabajo adecuados, uso de elementos de seguridad y respeto por las normas laborales nacionales e internacionales.

Durante 2024, las importaciones alcanzaron US\$ 320,2 millones (FOB), provenientes de Asia,

Sudamérica, Norteamérica y Europa, entre otros mercados. El 67% de las compras de la empresa fue a proveedores en Chile y el resto a empresas de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

Entre los principales proveedores de Sodimac se incluyen: Codelpa Chile S.A.; Industrial Metalúrgica Limitada; Gerdau Aza S.A.; Forestal Tres Eme S.A.; CEM S.A.; Compañía Industrial El Volcán S.A.; Cintac S.A.I.C.; Forestal León Limitada; CTI S.A.; y Robert Bosch S.A., entre otros.

### Aumento de surtido

Con el modelo de online superstore, se lograron incorporar más de 230 mil nuevos productos de mejoramiento del hogar a Sodimac.com, con más de 3.000 sellers que complementan la oferta de productos en tienda y entregan más alternativas para los proyectos de los clientes.

*No hay proveedores que representen individualmente el 10% o más del total de las compras realizadas de productos y servicios en ningún segmento de negocio.*

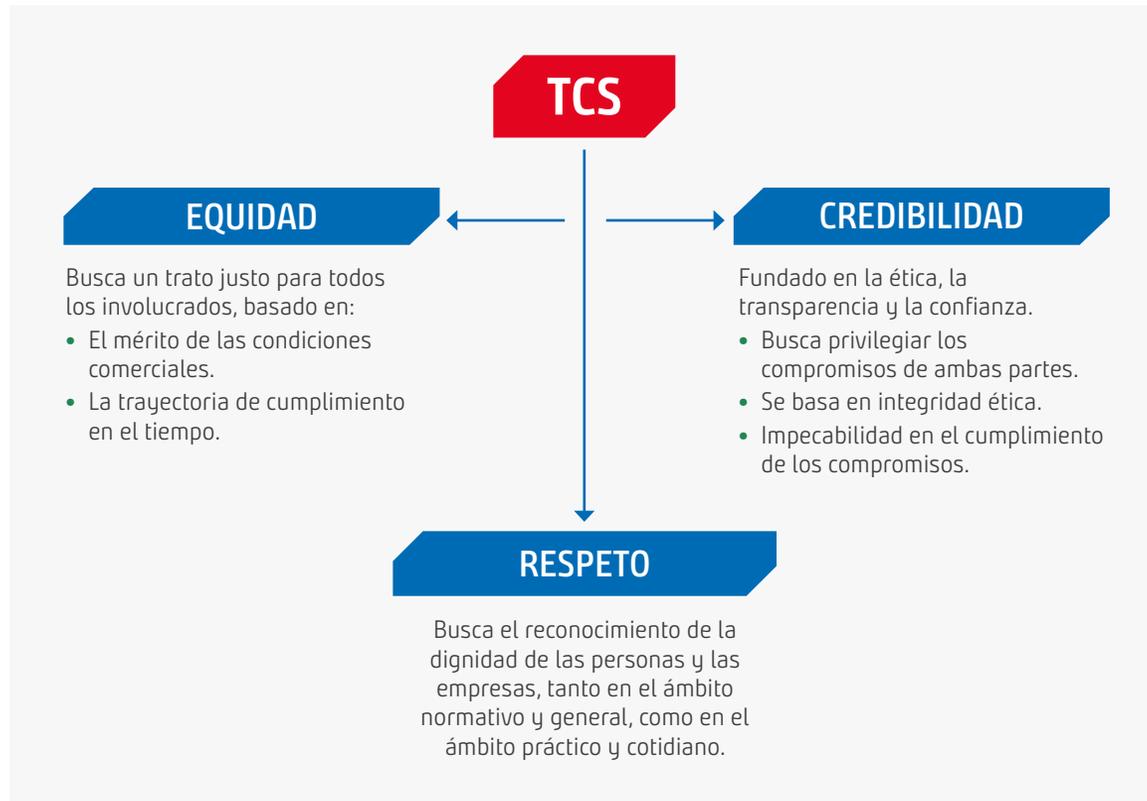




# Autorregulación: Transparencia Comercial Sodimac

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

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



Basada en estos protocolos -cuyo cumplimiento recae en la Gerencia de Contraloría de Sodimac- y en el compromiso con los Derechos Humanos, la empresa rechaza el trabajo infantil y descarta a proveedores que empleen niños. En 2024 no hubo denuncias o prácticas de esta naturaleza en la cadena de valor.

En 2024 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.



## Política de pagos

*La Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y la Bolsa de Productos entregaron por segundo año consecutivo un reconocimiento a Sodimac como el mejor pagador a pequeñas y medianas empresas en el sector comercio.*

Para contribuir al desarrollo comercial, estabilidad y confianza de sus proveedores, y en cumplimiento de la ley, la empresa tiene la norma de pagar a sus proveedores en un plazo no mayor a 30 días, especialmente a las Pymes.

Facturas pagadas	Rango desde recepción	Proveedor nacional	Proveedor extranjero	Proveedores totales
Número de facturas	-Hasta 30 días	780.370	2.809	783.179
	-31 a 60 días	152.949	2.551	155.500
	-61 o más días	3.068	3.887	6.955
Monto total (CLP MM)	-Hasta 30 días	\$1.618.266.530.869	\$100.124.632.661	\$1.718.391.163.530
	-31 a 60 días	\$404.144.460.034	\$94.523.988.678	\$498.668.448.712
	-61 o más días	\$40.663.959.051	\$110.905.450.161	\$151.569.409.212
Intereses por mora (CLP MM)	-Hasta 30 días	\$0	\$0	\$0
	-31 a 60 días	\$0	\$0	\$0
	-61 o más días	\$0	\$0	\$0
Número de proveedores	-Hasta 30 días	2.959	386	3.345
	-31 a 60 días	654	408	1.062
	-61 o más días	225	342	567

## Evaluación de proveedores

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, como también 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 619 proveedores inscritos con membresía activa en Sedex. Se evaluaron 130 proveedores en 2024, incluyendo estándares laborales, de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH. y medioambiente.

Total de proveedores evaluados SEDEX			
Origen	2022	2023	2024
Nacional	11	15	8
Importado	218	179	122
<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>194</b>	<b>130</b>

Fuente: Sodimac.

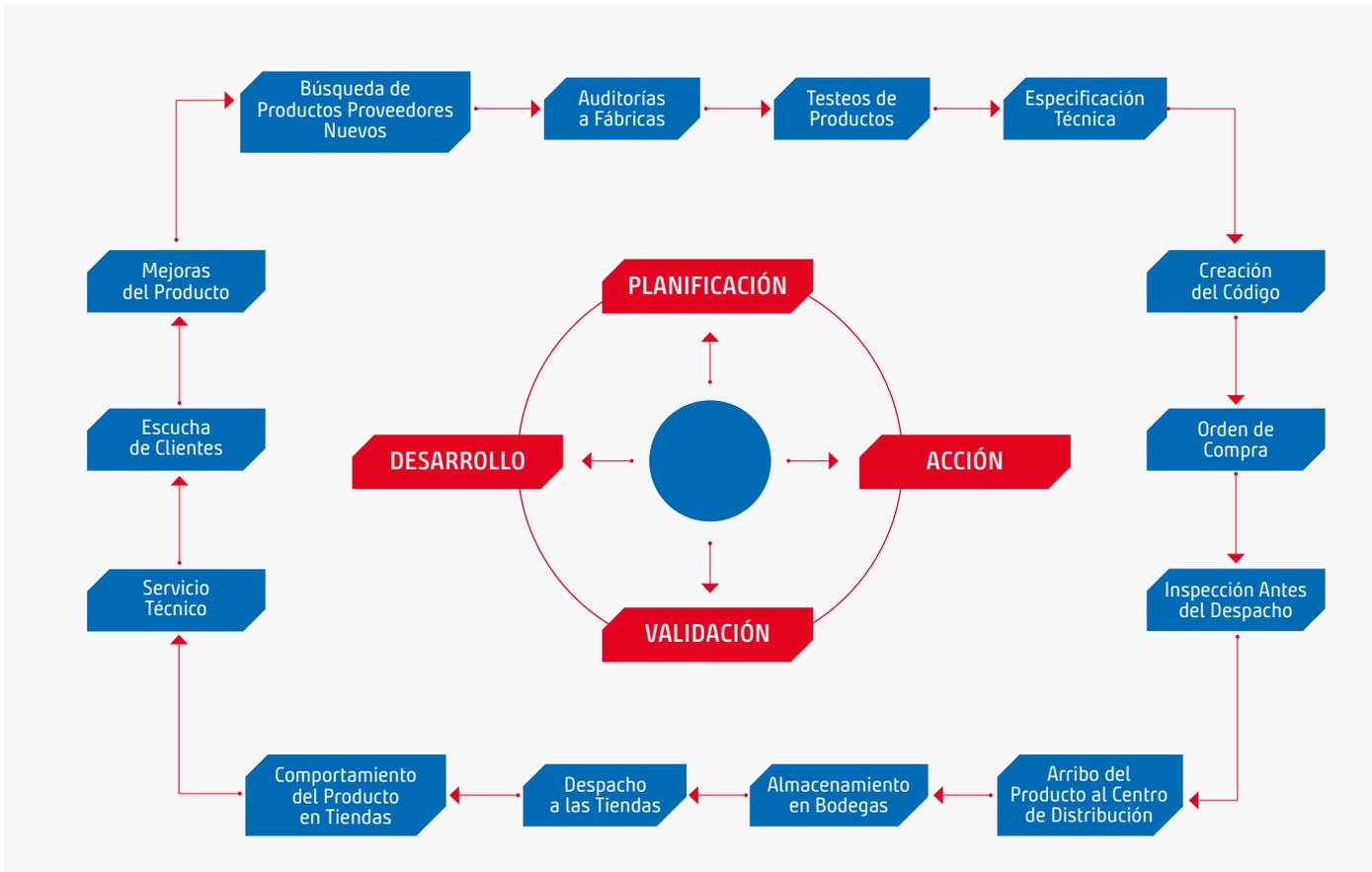
### Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

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 2024 suscribieron este compromiso 139 proveedores extranjeros y 175 chilenos.

### Calidad y seguridad de los productos

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

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 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	2022	2023	2024
Asia	4.618	1.966	3.301
América	300	166	276

Fuente: Sodimac.

Proveedores inspeccionados	2022	2023	2024
Asia	173	206	129

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales			
Estado de la inspección	2022	2023	2024
Aprobado	259	290	250
Rechazado	16	9	4
<b>Total</b>	<b>275</b>	<b>299</b>	<b>254</b>

Fuente: Sodimac.



Se testearon 2.185 unidades de productos en Chile en 2024.

### Testeo de productos

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

### 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 2024 se brindó servicio técnico autorizado por Sodimac a 515 códigos o SKUs de estos productos, por medio de una red de 15 sucursales Tejocenter a nivel nacional.

Tejocenter 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 2024 se revisaron 14.365 productos de diversas categorías en este servicio técnico autorizado por Sodimac.

En paralelo, funciona una red de módulos de soporte técnico en 75 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. A partir de noviembre de 2024, se activó el servicio de mantención preventiva en todas las tiendas para 9 tipos de herramientas. Para más información, ver Capítulo Medioambiente de esta Memoria.

Atenciones gratuitas Módulo Soporte Técnico en tienda	
2022	301.530
2023	381.539
2024	426.712

Fuente: Sodimac.

### 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. Para más información sobre las iniciativas desarrolladas, ver sección **Innovación** de esta memoria.





# 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.

# Productos y servicios sostenibles

La empresa cerró 2024 con una oferta de 6.450 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, entre otros.

Criterios de Sostenibilidad	N° productos en 2024
Ahorro y eficiencia de energía	1.438
Ahorro y eficiencia de agua	606
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	1.384
Productos que provienen de manejo sustentable	1.609
Hogar saludable	341
Comercio inclusivo	1.072
<b>Total productos sostenibles</b>	<b>6.450</b>

Fuente: Sodimac.



*Los ingresos de productos y servicios certificados según los estándares de sostenibilidad ambiental o social ascendieron a \$ 339 mil millones en 2024. Representaron más del 15% de las ventas en Sodimac (sin considerar Imperial).*

## Madera sustentable

Toda la madera comercializada por Sodimac cuenta con trazabilidad desde su origen, que asegura una comercialización de madera amigable con el medio ambiente, socialmente responsable y económicamente viable.

La empresa también ayuda a capacitar permanentemente a pequeños y medianos proveedores para asegurar una cosecha sostenible de los bosques.

**Sodimac destaca como el primer retailer de América Latina en obtener la certificación internacional FSC, que reconoce la gestión responsable de su madera de marca propia.**



# Logística

*En 2024, Sodimac siguió mejorando su propuesta de entrega a clientes Ecommerce, superando el 64% de todos los pedidos en menos de 48 horas y el 75% si se consideran los productos con stock físico en centros de distribución o tiendas.*

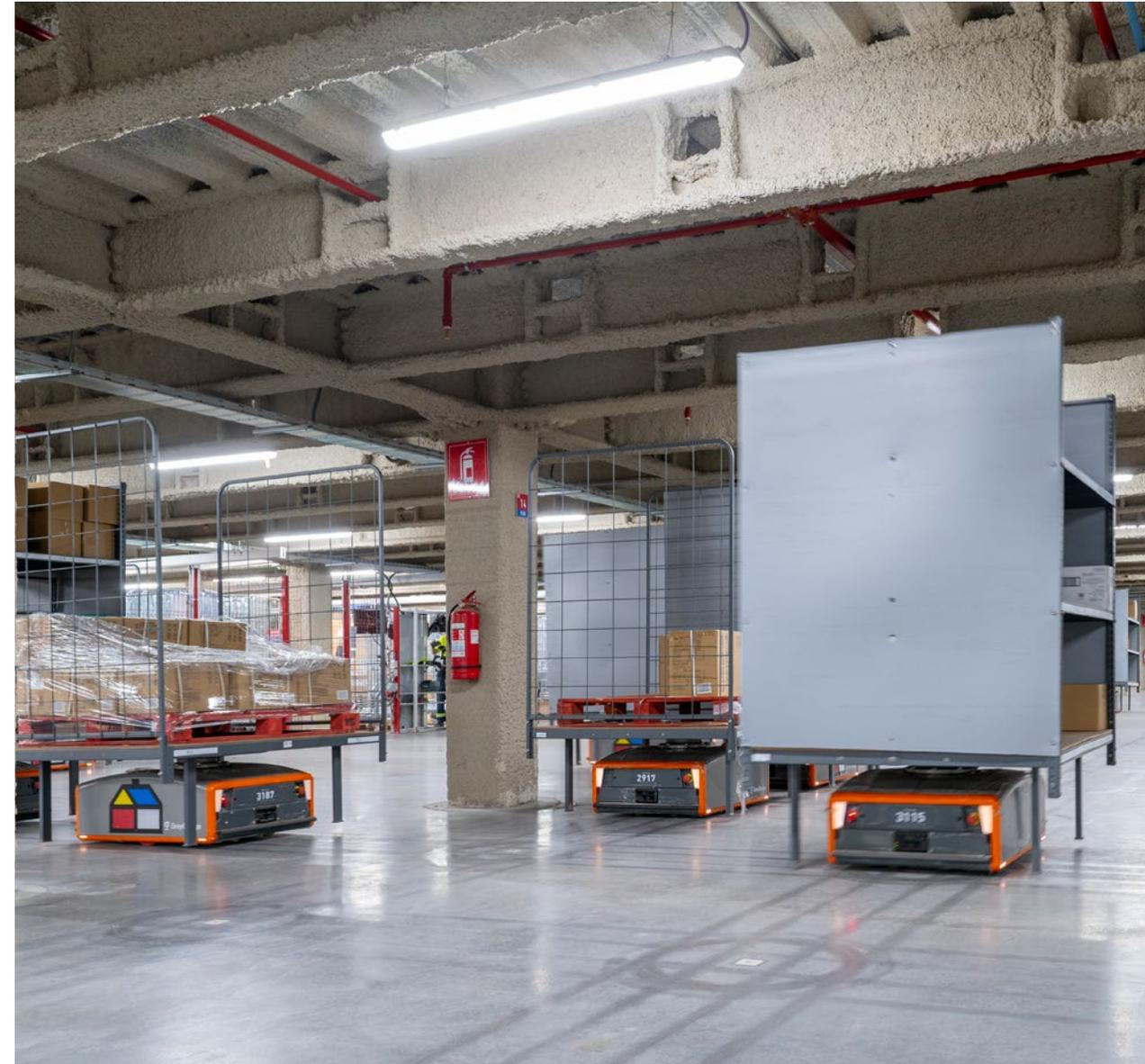
Sodimac cuenta con 16 bodegas y centros de distribución a lo largo del país, con una superficie de almacenamiento de 429.438 m<sup>2</sup> (incluyendo 1 bodega con 54.100 m<sup>2</sup> que opera Imperial). Los m<sup>2</sup> arrendados disminuyeron 10%, destacando la devolución de 32.000 m<sup>2</sup> de la bodega San Bernardo, lo que resultó en un 9% de menor gasto en arriendos.

En logística de arribos internacionales, la empresa gestionó más de 15.000 contenedores en el año, descargando un promedio de 500 a la semana. Esto fue posible, entre otras acciones, gracias a la integración con los servicios extraportuarios, lo que permitió tomar decisiones en tiempo real y reducir a cero los costos por demurrage (demoras). Adicionalmente, se utilizó transporte ferroviario para complementar las capacidades de transporte, contribuyendo a descongestionar la zona central de Chile, potenciando el Centro de Distribución de Coronel, a lo que se sumó el uso de capacidad de almacenamiento temporal que permitió enfrentar con éxito los peaks operativos del año al mejor costo posible.

Por otro lado, se siguió potenciando el vínculo del comercio electrónico con la red de tiendas, buscando que cada vez

más clientes vayan a los locales a retirar sus productos. Más del 50% de las entregas de compras online se hacen en las tiendas, con clientes que evalúan la experiencia con un NPS de casi 60 puntos.

**En Imperial se mejoró en 10% la tasa de llenado de camiones, para una mayor eficiencia y menor gasto logístico. Se aumentó en 14% los proveedores Cross Docking, para agilizar la cadena de suministro y reducir los tiempos de entrega. También se avanzó en la modernización de la flota de transporte; la centralización de despachos a clientes, unificando la gestión, coordinación y control del transporte y el desarrollo de un Hub de Tiendas para potenciar el delivery desde las tiendas, mejorando los plazos de entrega.**



# Clientes



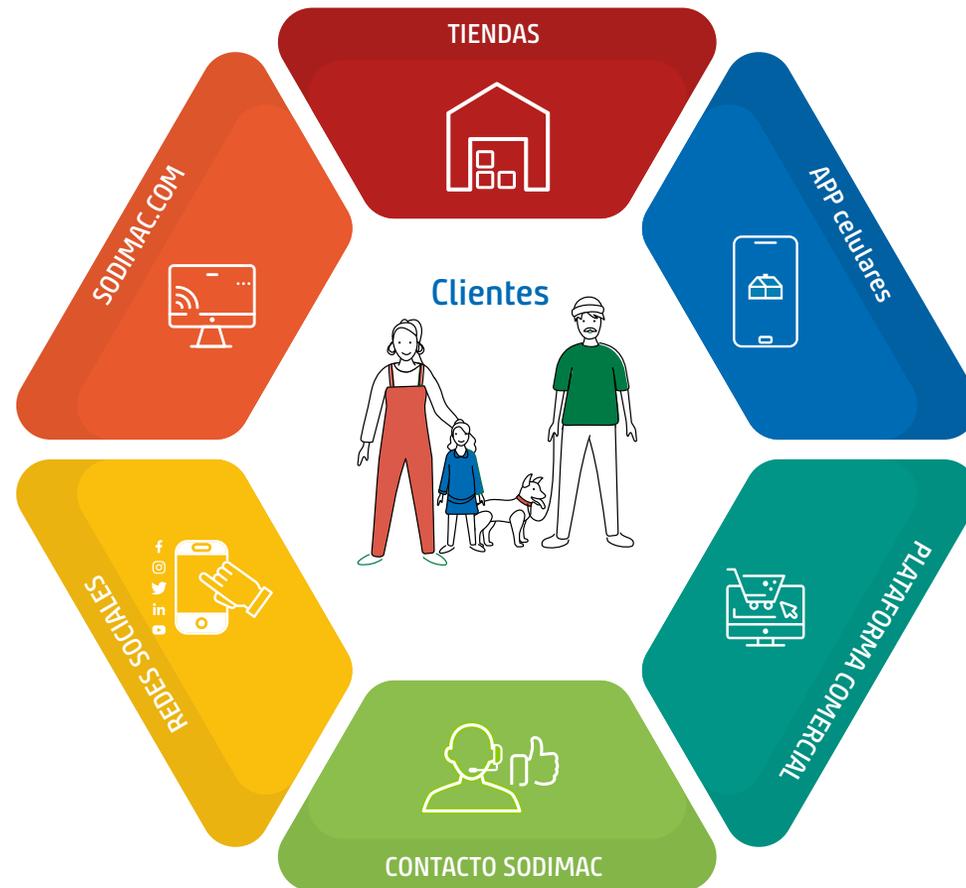


# Experiencia de compra y satisfacción de clientes

No hay clientes que concentren el 10% o más de las ventas en ningún segmento de negocio.

Sodimac concentra sus esfuerzos en brindar la mejor experiencia de compra a sus clientes a través de una estrategia omnicanal. En 2024, la empresa continuó el plan de expansión y actualización de sus tiendas físicas. Se abrieron dos nuevas tiendas en el sur del país (Puerto Montt Alerce en enero y Villarrica en octubre) y concluyó la remodelación de la tienda de Viña del Mar, habilitando a público la totalidad de la sala de venta en diciembre. Adicionalmente, se llevaron a cabo diversas remodelaciones y actualizaciones de la propuesta comercial a lo largo del país, con el fin de continuar ofreciendo a los clientes la mejor y más actualizada propuesta de valor.

En Imperial, se continuó con el proceso de transformación de las tiendas al modelo autoservicio, llevando a cabo con éxito la remodelación de la sexta tienda bajo este enfoque, lo que permite que los clientes tengan acceso directo a los productos, mejorando su experiencia de compra.



Se relanzó Sodimac.com como sitio independiente y la APP Sodimac superó 1 millón de usuarios activos mensuales, con un foco especial en los clientes profesionales y Círculo de Especialistas.

La reactivación a fines de junio de Sodimac.com como un sitio independiente permitió volver a recibir tráfico directo y a su vez reforzar la aplicación, ganando autonomía en la atención de clientes y fortaleciendo la propuesta omnicanal. La empresa se planteó el desafío de construir una Super Store Especialista, con foco en generar experiencias de navegación especialista por categorías. Para ello, comenzó a trabajar en proyectos y funcionalidades que sacaran el máximo potencial a la base tecnológica construida a nivel de grupo Falabella, como diferenciación de promociones para sus canales, habilitación de espacios en recomendaciones, mejoras en el despliegue de información de productos, proceso de pago simplificado y mejores interfaces para facilitar la recompra y la autogestión de casos de postventa.

Otro foco fue potenciar la App partiendo por remodelar el checkout, de manera de ofrecer un proceso de pago sin fricciones y cada vez más resumido para simplicidad de los clientes, además de incorporar funcionalidades como colorimetría, comentarios sindicados de los clientes, mejoras en algoritmos de recomendaciones y recompra de productos para hacer el journey de compra cada vez más simple, sobre todo para los clientes profesionales. A partir de estos hitos, también el desafío fue subir la relevancia en motores de búsqueda.



## “La Hora Silenciosa” se extiende a 41 tiendas

Con miras a ofrecer a los clientes una atención más inclusiva, Sodimac siguió ampliando “La Hora Silenciosa”, acción que busca acoger, dar apoyo y visibilizar a las personas del espectro autista. La iniciativa, que comenzó como un proyecto piloto en Sodimac Talagante respaldado por el colectivo Aspergirls y la Defensoría de la Discapacidad, se extendió hasta abarcar 41 tiendas a lo largo de Chile y durante el primer semestre de 2025 se espera sumar otras 10. Este proceso incluyó la capacitación integral de los trabajadores de esos locales. Además, las diferentes tiendas han generado alianzas con fundaciones cercanas, lo que ha contribuido también a fortalecer los lazos con la comunidad.

En horarios establecidos, que se informan en la web y en la APP, se corta la música ambiente, 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, en estas tiendas se habilitó de manera permanente una “Zona Tranquila” en el sector Jardín.





## Medición de satisfacción y calidad de la experiencia

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, ecommerce 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 2024, el NPS tuvo un alza importante, creciendo 15% en comparación con el año anterior, consolidando la percepción positiva de los clientes hacia la marca. Este avance significativo se basa en distintos planes de acción enfocados en las personas, procesos y tecnología. Entre ellos, destacan iniciativas como la consolidación del modelo de vendedor integral en las tiendas, implementación del programa de reconocimiento "Sodipuntos" (que se consolidó como una herramienta clave para el reconocimiento interno, reforzando el compromiso con los trabajadores), capacitación continua y control y seguimiento de las iniciativas con el objetivo de poder ofrecer la mejor experiencia a los clientes.

Encuesta de Satisfacción	2023	2024
Cientes encuestados	161.839	159.386
Nota 9 y 10	67,3%	71,7%
Nota 7 y 8	13,2%	13,1%
Nota 0-6	19,4%	16,2%

Fuente: Sodimac

## Calidad de servicio en Imperial

En el año, se lograron avances en la calidad de servicio. El NPS en tiendas Imperial aumentó en 1 punto en comparación con el periodo anterior. Además, las preguntas relacionadas con los distintos puntos de contacto del cliente mostraron mejoras destacadas. En particular, la facilidad para encontrar productos registra una satisfacción del 92,2%, lo que representa un logro clave en el proceso de transformación de tiendas al modelo autoservicio. La disponibilidad de productos creció en 2 puntos porcentuales respecto al año anterior, lo que refleja un esfuerzo constante por garantizar el stock adecuado y satisfacer la demanda de los clientes. Asimismo, la disponibilidad de vendedores alcanzó un 84,9% de satisfacción, lo que subraya el éxito de las iniciativas de capacitación y de refuerzo de la atención personalizada.

Por último, la rapidez en el proceso de pago, uno de los aspectos más valorados por los clientes, alcanzó un 93,9% de satisfacción, destacándose como uno de los puntos fuertes en la oferta de servicio.





# Gestión de requerimientos y reclamos

Los requerimientos de los clientes son atendidos en diferentes plataformas:

- Callcenter.
- 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.

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 tasa de reclamos de 0,37% durante el año 2024 considerando solo productos vendidos por Sodimac, quedando en el mismo nivel que el 2023 y cumpliendo la meta propuesta para el año. Para mantener estos resultados se trabajó en comunicación con clientes y mesas de trabajos con áreas logísticas y tiendas para mantener los buenos indicadores.

Año	Requerimientos de clientes (*)
2023	651.729
2024	686.347

Fuente: Sodimac.

(\*) Incluye también consultas y felicitaciones

Ámbitos de requerimientos	2023	2024
Reclamo	24,5%	24,2%
Solicitud	45,4%	46,3%
Consulta	29,3%	28,4%
Felicitaciones	0,8%	1,1%
Sugerencia	N/A	N/A

Fuente: Salesforce Sodimac.

Áreas de Reclamos	2023		2024	
	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	119.895	75,01%	114.710	68,95%
Postventa	13.535	8,47%	22.333	13,42%
Internet	7.508	4,7%	9.887	5,94%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	3.789	2,37%	7.324	4,40%
Área cajas	8.651	5,41%	5.538	3,33%
Otros servicios de tienda	5.845	3,66%	6.493	3,90%
Productos	595	0,37%	75	0,05%
Área ventas	12	0,01%	-	-
Otros	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>159.830</b>	<b>100%</b>	<b>166.360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Salesforce Sodimac.



## Paso 1

El Cliente decide contactarnos: Generación del requerimiento



## Paso 2

Registro de la información



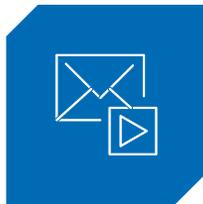
## Paso 3

Proceso y clasificación de la información



## Paso 4

Derivación de la información a la unidad especializada



## Paso 5

Unidad acusa recibo en 72 hrs



## Paso 6

Entrega de solución



## Paso 7

Cierre del ciclo: Cliente satisfecho

## 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 2024, el Sernac recibió 5.810 reclamos contra la empresa (7.984 en 2023). De ellos, 1.004 (18%) fueron por problemas de postventa, 3.038 (52%) por despachos y el resto otros motivos.



## 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 desafiante, se logró mantener los niveles de reconocimiento, recomendación y Top of Mind (primera mención como marca asociada a mejoramiento del hogar). Comprendiendo las tendencias y preocupaciones de las audiencias, para el cliente hogar se acuñó el claim de campaña "Te hace bien", que responde a la tendencia del wellness en todas sus dimensiones y con el cliente profesional se siguió forjando un fuerte vínculo con el claim de campaña "Más socios que nunca", entendiendo que en los periodos difíciles la empresa más que nunca debe estar a su lado, cuidando el precio y que puedan encontrar todo en un solo lugar con la calidad que necesitan para hacer sus obras.

Como resultado de estos esfuerzos, la empresa obtuvo numerosos reconocimientos ubicándose entre las marcas más valoradas del país.

### 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 Digital de Chile (AMDD), entidad que certifica las acciones de marketing directo de la empresa respecto a materias generales de responsabilidad y ética.

## Retiro preventivo de productos

Sodimac realiza 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. En 2024 no fue necesario activar este protocolo.

## Laboratorio de experiencia de uso

Sodimac es 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 para productos de marca propia, junto a zonas de instalación, armado y aplicación. En 2024, este laboratorio interno evaluó 2.185 productos.

## Normativa legal y causas judiciales

En 2024, Sodimac Chile enfrentó 46 causas relacionadas con demandas de consumidores (71 en 2023). En total, se cerraron 12 juicios que fueron notificados durante el ejercicio y años anteriores.

Causas Judiciales – Demandas	2023			2024		
	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia
Incumplimiento de Entrega	9	7	\$8.644.913	5	3	\$7.474.112
Salud y seguridad	46	23	\$8.436.236	12	5	\$14.352.530
Otros	16	6	\$7.961.223	16	4	\$13.726.681
Producto, Información y etiquetado	-	-	-	3	-	-
Publicidad y marketing	-	-	-	6	-	-
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>36</b>	<b>\$25.042.372</b>	<b>42</b>	<b>12</b>	<b>\$21.826.642</b>

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

*Fuente: Sodimac.*

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



# Educación y consumo responsable

*2,48 millones de suscriptores sumaba el canal de YouTube “Hágalo Usted Mismo” al cierre de 2024. Es el canal más grande del mundo asociado a un retail.*

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 esta Memoria.*

## Cuidando La Casa de Todos

“Cuidemos La Casa de Todos” es una plataforma icónica que busca relacionarse con las audiencias, difundiendo todas las iniciativas de Sodimac que ayudan a la ejecución de ideas de mejoramiento del hogar con un enfoque dirigido a reducir el consumo de recursos naturales y reutilización de residuos o materiales. Esta plataforma también vincula a Sodimac con las comunidades mediante acciones relacionadas con el mejoramiento de la habitabilidad de los barrios, a través de la iniciativa Construyendo Sueños de Hogar.

## 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 con sencillos tutoriales ideas para reparar y mantener viviendas, así como desarrollar proyectos de economía circular, entre otros temas.

*Más información en [hagaloustedmismo.cl](http://hagaloustedmismo.cl).*





# Círculo de Especialistas Sodimac

El Círculo de Especialistas de Sodimac (CES) es un programa emblemático de Sodimac que ha permitido establecer una relación muy cercana con el segmento de clientes profesionales, buscando conocerlos y responder a sus necesidades específicas. Se ha consolidado como el programa de fidelización más grande de Latinoamérica en el rubro de la construcción: actualmente cuenta con 975.477 socios en Chile (más de 78 mil se sumaron en el año). De estos, sobre el 25% son mujeres.

En 2024, este programa desarrolló 230 actividades de formación como parte de su Academia de Especialistas, para ayudarlos a innovar y mejorar en sus trabajos, con un total de 19.909 profesionales capacitados sin contar la Gran Feria de Capacitación. Entre las actividades del año destacan 135 capacitaciones presenciales, 56 online, 8 ferias, 9 talleres, 3 visitas a fábricas y 9 cursos e-learning.

Este año se incorporó a los jardineros en el CES como clúster particular con beneficios exclusivos para ese perfil de clientes.

A través de la constante evolución de la App Sodimac, también se desarrolló una plataforma personalizada para los socios del CES, con beneficios exclusivos como promociones preferenciales para los niveles Oro y Black, acceso a catálogos especialistas, productos destacados, credencial virtual y beneficios en tienda. Además, se lograron importantes mejoras en navegación y el desarrollo de nuevas funcionalidades digitales, como calculadoras de pisos y pinturas, la fábrica de color y "Mis Listas" para mejorar el proceso de cotización, de manera de ofrecer una experiencia más ágil y eficiente.

## Gran Feria Internacional de Capacitación

Este evento anual tuvo en su edición 12 un récord de 141.200 visitas online desde Chile y América Latina. Durante tres jornadas se capacitaron de manera presencial 13.470 especialistas, lo que representa un aumento del 13.7% en comparación con 2023. Además, un total de 50.261 especialistas fueron capacitados de forma online.

Este es el encuentro de formación del sector más importante del país y Latinoamérica, y este año sumó por primera vez contenidos en vivo desde Perú y Colombia.

Los asistentes presenciales y remotos accedieron a sobre 200 capacitaciones diferentes y 80 stands de proveedores con innovaciones. Destacaron los cursos de Inacap en gasfitería, electricidad y uno nuevo de paneles solares, que otorgaron certificados de aprobación.

## Alianza con Red Maestra

Como parte de los esfuerzos para impulsar la inclusión de la mujer en la construcción, este año comenzó un trabajo con Red Maestra que se espera prolongar el 2025. Esta entidad tuvo un stand en la Gran Feria donde mujeres maestras de sus comunidades de oficios compartieron sus experiencias con las asistentes y fueron entrevistadas durante el evento, contemplando una participación diaria sobre distintas temáticas técnicas que prepararon para aportar a las y los asistentes.

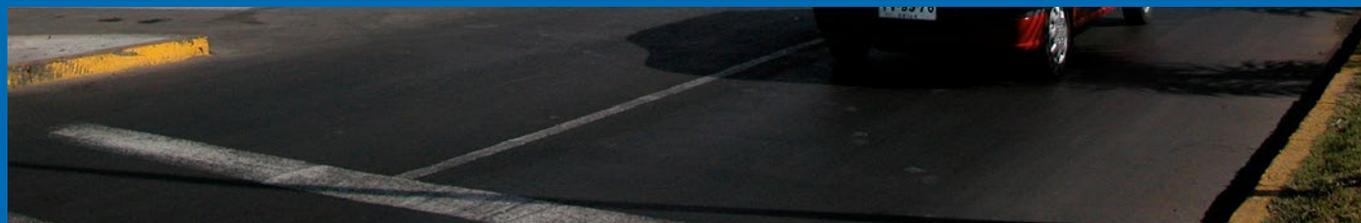


## Centro de Experiencia del Mueble (CEM) en Imperial

Imperial tiene un programa especial para mueblistas denominado Centro de Experiencia del Mueble. Esta iniciativa logró un importante crecimiento en 2024, alcanzando a más de 4.000 clientes gracias a una ampliación significativa en su oferta de cursos y capacitaciones, entre otros beneficios. En el año se inauguraron los primeros CEM regionales en Puerto Montt y Concepción, ampliando la presencia y apoyo a más personas en el país.

En el periodo se realizaron 83 Capacitaciones de Marcas y 94 Cursos, en un mix online y presenciales, que beneficiaron a 2.975 especialistas. La empresa también generó tutoriales disponibles en la web para ayudar a desarrollar diversos proyectos.

# Comunidad





# Gestión territorial

Sodimac cuenta con un Sistema de Gestión Territorial que le permite entender las necesidades del entorno y de esta forma procurar 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 Index SSINDEX (Índice Sostenible de los Grupos de Interés), elaborado por ESG Compass, apuntando específicamente a la gestión de riesgos y monitoreo sostenible en el relacionamiento con la comunidad.

El Programa de Relacionamiento Comunitario Sodimac (RECSO) 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 2024

En línea con lo señalado, en 2024 se apoyó en la coordinación de las inauguraciones de la tienda Puerto Montt Alerces en enero y de la nueva tienda en Villarrica que reemplazó las instalaciones anteriores. Esta última fue especialmente relevante, ya que se logró concluir el trabajo de rescate arqueológico que de manera voluntaria

impulsó el desarrollador inmobiliario ante el Consejo de Monumentos Nacional (CMN), a solicitud de Sodimac. Este proceso incluyó un acuerdo con la Municipalidad para resguardar las piezas arqueológicas encontradas durante la construcción de la nueva tienda, así como también las ubicadas en el terreno de la tienda anterior, las cuales serán exhibidas posteriormente en el Museo Municipal. Esta tienda incorporó letreros en mapudungún, un gesto que refuerza el vínculo con la identidad y el patrimonio del sector, que dan cuenta del compromiso con la comunidad.

Durante el año, los esfuerzos se centraron en la etapa de operación de aquellas tiendas que fueron consideradas como "alta y media prioridad" según su situación territorial. En estos casos, se brindó apoyo a los equipos en la implementación de mejoras, así como en la comunicación de éstas a las comunidades, complementando con un monitoreo constante y preventivo de estos temas por parte de la gerencia.

Un ejemplo de intervención fue la tienda de Maipú, donde, por solicitud de la Municipalidad, se coordinó la limpieza de un microbasural ubicado al costado del local. Este proceso requirió de un permanente diálogo entre la tienda y la Municipalidad para encontrar una solución definitiva, siempre alineada con el compromiso de mantener un entorno limpio y seguro para los vecinos.

Otro caso relevante fue el de la tienda de Antofagasta, que en agosto recibió un reclamo desde un condominio cercano. En este caso, se comunicó a los vecinos de las medidas que se tomarían, mientras que con el equipo de la tienda se trabajó para reforzar el reglamento interno mediante una charla.

De manera adicional, se llevaron a cabo capacitaciones presenciales a los gerentes y/o subgerentes de seis tiendas de la Región Metropolitana, con el objetivo de entregar herramientas prácticas a los equipos locales. De esta manera, se busca que puedan administrar eficientemente el diálogo con los vecinos, para así gestionar de mejor forma los episodios críticos y construir una red de relaciones efectivas con la comunidad. Estas instancias permiten que los equipos de tienda también enfoquen su labor en el relacionamiento comunitario y en la detección de las alertas del entorno, para intervenir de manera temprana, y así evitar que puedan afectar negativamente a la comunidad.

A fin de año, se realizó una encuesta interna a todos los gerentes regionales y de tienda, para conocer la situación actual de cada una respecto al relacionamiento con sus vecinos o autoridades locales y las actividades comunitarias realizadas. Esta retroalimentación será clave para actualizar la priorización de tiendas y fortalecer la estrategia comunitaria para el año 2025.



# Inversión social

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 y traducir eso en diversas iniciativas de impacto comunitario.

Ámbito	Tipo				Total
	En dinero		En especies		
	\$	%	\$	%	\$
Inversión comunitaria	\$1.677.653.957	99,99%	\$183.507	0,01%	\$1.677.837.464
Donaciones	\$214.738.568	91,46%	\$20.058.538	8,54%	\$234.797.106
Iniciativas comerciales	\$-	-%	\$-	-%	\$-
<b>Total</b>	<b>\$1.892.392.525</b>	<b>98,94%</b>	<b>\$20.242.045</b>	<b>1,06%</b>	<b>\$1.912.634.570</b>

*En el marco del Día Internacional del Voluntariado celebrado a comienzos de diciembre, la Comunidad de Organizaciones Solidarias entregó a Sodimac un reconocimiento especial “por su aporte al fortalecimiento del ecosistema del voluntariado”.*

## 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.

El programa cuenta con una dimensión interna denominada “Nuestra Casa Contigo”, que busca mejorar las viviendas de trabajadores. En 2024, se realizaron proyectos con Junto al Barrio y Techo, pero no se asignaron fondos concursables para destinar el presupuesto a ir en ayuda de los 24 trabajadores que perdieron sus hogares en los incendios de la Región de Valparaíso. La empresa levantó cinco viviendas industrializadas y aportó recursos, materiales y

enseres para quienes eligieron autoconstruir y para arrendatarios que necesitaron implementar sus nuevas casas.

En el marco de “Nuestra Casa Contigo” se han ejecutado más de 800 proyectos desde 2017 para mejorar las condiciones habitacionales de trabajadores de Sodimac, beneficiando a 513 trabajadores y sus familias. En su ámbito externo, en tanto, “Construyendo Sueños de Hogar” ha ejecutado más de 920 proyectos comunitarios desde su creación hace 17 años, favoreciendo directamente a sobre 335 mil personas.

Más información en [www.construyendosuenosdehogar.cl](http://www.construyendosuenosdehogar.cl)

## Inversión social en Imperial

-Por cuarto año consecutivo, Imperial realizó el programa de inversión social “Juntos Construyamos tu Idea”, iniciativa que permite a las comunidades aledañas a una de sus instalaciones postular a un fondo para realizar mejoras en espacios comunitarios. En 2024, destacó el proyecto presentado por la Junta de Vecinos N° 15 de la Población Oriente de Peñalolén, quienes pintaron las fachadas de casas rayadas por grafiteros.

-Por segundo año consecutivo, se desarrolló el programa Escuelas Deportivas Imperial. En el año se incorporó a la comunidad cercana a la tienda Reñaca, quienes recibieron con agrado y gratitud la iniciativa. En total, 147 niños y niñas participaron en las 7 escuelas deportivas.

-Se materializó la tercera versión del programa “Construyamos tu Idea Versión Colaboradores”, con la entrega de seis premios de \$1.500.000 en materiales y productos de Imperial para los proyectos ganadores, que busca generar una mejora en la vivienda de los colaboradores y sus familias, impactando así positivamente en su calidad de vida.



# Alianzas sociales

## TECHO: Viviendas dignas

La alianza de Sodimac y TECHO tiene ya 16 años. Ha sido un trabajo colaborativo muy fructífero, al compartir intereses comunes como son el hogar y la habitabilidad, y capacidades complementarias para contribuir de manera más efectiva para mejorar la calidad de vida de las personas.

Actualmente, Sodimac aporta a la Inmobiliaria Social de TECHO, que al cierre de 2024 había entregado 99 proyectos de viviendas definitivas para 8.281 familias

a lo largo de Chile. En marzo de 2025 se inaugurará la obra número 100, un proyecto de integración social en la comuna de San Bernardo.

Este esfuerzo conjunto ha permitido también ir en apoyo de familias afectadas por emergencias, además de anuar esfuerzos en todas las campañas nacionales de TECHO.

*Más información en [www.techo.org/chile](http://www.techo.org/chile)*



## Fundación Junto al Barrio: Proyectos para mejorar el entorno y la calidad de vida

Durante más de una década de alianza, Sodimac ha apoyado con recursos y trabajo voluntario 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 2024, en conjunto con los vecinos, se renovaron en La Pintana la "Plaza Villa las Américas" o "Plaza Nuestro Futuro", como la renombró la comunidad, y en Lo Espejo, la Nueva Plaza Pueblo Lo Espejo. La primera contempla espacios de descanso, áreas verdes, juegos para niños y máquinas de deporte, convirtiéndose en un lugar de encuentro y recreación que beneficia directamente a 12

mil personas. Las obras en Lo Espejo, en tanto, incluyeron la renovación de mobiliario, accesibilidad universal, un gran sombreadero que rememora a un parrón, vegetación de bajo consumo hídrico y nueva iluminación.

Con el apoyo de Sodimac, Junto al Barrio acompañó como entidad patrocinante a los vecinos en el proceso de postulación de ambos proyectos al subsidio D.S.27 "Programa Mejoramiento de Viviendas y Barrios".

Las plazas se entregaron con fiestas comunitarias que reunieron a familias del sector.

*Más información en [www.juntoalbarrio.cl](http://www.juntoalbarrio.cl)*





## Movidos x Chile: Ayuda frente a emergencias

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.

En 2024, en conjunto con Movidos x Chile, que monitorea la situación de emergencia en coordinación con autoridades locales, Senapred y Ministerio de Vivienda, la compañía apoyó a localidades impactadas por los incendios de la Región de Valparaíso. Entregó kits de remoción de escombros y agua envasada, y habilitó tiendas como centros de acopio para recibir donaciones de emergencia. Como en otras catástrofes, congeló además los precios en las zonas afectadas para evitar alzas especulativas de terceros y fortaleció su logística para asegurar el abastecimiento en esos lugares.

Más información en [www.movidosxchile.cl](http://www.movidosxchile.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 2024 se continuaron realizando proyectos colaborativos tales como la participación de nuestro Gerente de Sostenibilidad, Juan Carlos Corvalán, en el programa Desde el Propósito, en el que compartió un diálogo con Verónica Torres, gerente de Sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Santiago.

Más información en [www.basepublica.cl](http://www.basepublica.cl)





## Déficit Cero: Enfrentando la grave falta de viviendas

Sodimac es aliado de Déficit Cero desde que fue creada por TECHO-Chile y la Cámara Chilena de la Construcción para aunar esfuerzos y contribuir a desarrollar políticas públicas para reducir la alta demanda habitacional que afecta al país y que se estima en más de 2 millones de familias que necesitan ayuda del Estado para acceder a una vivienda.

En 2024, Sodimac apoyó y difundió la campaña que realizó esta entidad para generar conciencia y lograr que más personas se sumen a la iniciativa.

Sodimac y Déficit Cero también lanzaron un producto solidario para la Navidad, un set de casitas de madera para que las personas pudieran colorear en familia y colocar en el árbol navideño, que estuvo disponible en todas las tiendas Homecenter de la Región Metropolitana. El propósito fue principalmente recordar el enorme desafío país de que todas las familias en Chile tengan una vivienda digna. Todas las utilidades por la compra de este producto fueron a Déficit Cero.

Más información en [www.deficitcero.cl](http://www.deficitcero.cl)



## Late!

Desde 2010, Sodimac es un aliado estratégico de Late! Las utilidades por la venta de productos de esta empresa B en Sodimac se donan a TECHO-Chile, principalmente agua mineral disponible en las tiendas, además de artículos biodegradables de limpieza y lavandería

comercializados en Sodimac.com. En 2024, este aporte anual de los clientes ascendió a \$18.039.696, el doble del entregado en el período anterior.

Más información en [www.late.cl](http://www.late.cl)



# Medioambiente





# Acción climática

Sodimac continuó reduciendo el impacto de ambiental de su operación, en su meta de ser Cero Emisiones Netas al 2030 en los alcances 1 y 2, es decir, por sus emisiones directas y las indirectas por el consumo eléctrico. 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.

La empresa también es parte de la iniciativa global "Make it Zero", que trabaja colaborativamente con proveedores y otras empresas líderes del sector a nivel mundial para reducir las emisiones de Alcance 3, principalmente las asociadas a los productos que comercializa. En 2024, se lanzó el portal web makeit-zero.com para compartir mejores prácticas e información.

La medición 2024 resultó en lo siguiente:

La Huella de Carbono ascendió a 297 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (297 ktCO<sub>2</sub>e) en los tres alcances, excluyendo impacto por fabricación, uso y fin de vida de productos vendidos, lo que implica un aumento de 9% respecto a las emisiones totales de 2023. Este resultado se explica por una mayor actividad económica, lo que se tradujo en mayores importaciones y transporte de carga, además de más visitas a las tiendas.

Sin embargo y gracias a las acciones tomadas en la operación diaria de Sodimac, se logró una reducción del 5% en las emisiones de alcance 1 y 2, principalmente por disminuir el consumo eléctrico, la descarbonización

## HUELLA DE CARBONO

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

v.25/febrero/2025

Sodimac CL - Año 2024

297 ktCO<sub>2</sub>e



11 ktCO <sub>2</sub> e		6 ktCO <sub>2</sub> e		147 ktCO <sub>2</sub> e		107 ktCO <sub>2</sub> e		27 ktCO <sub>2</sub> e			
Combustibles y gases refrigerantes		Electricidad		Transporte de carga contratado		Traslados de clientes a tiendas		Otros			
ALCANCE 1		ALCANCE 2		ALCANCE 3		ALCANCE 3		ALCANCE 3			
Fuente	% CO <sub>2</sub> e	Fuente	GWh	% CO <sub>2</sub> e	Fuente	% CO <sub>2</sub> e	Fuente	% uso	% CO <sub>2</sub> e	Fuente	% CO <sub>2</sub> e
Fuentes fijas	14%	Red promedio	17	100%	Importaciones a CD	45%	Vehículo particular	56%	88%	Transporte colaboradores	41%
Grúas horquilla	50%	100% renovable	73	sin GEI	Abastecimiento local a CD	36%	Transporte público	15%	12%	Residuos y reciclaje	42%
Vehículos empresa	7%	Generación solar propia	14	sin GEI	Abastecimiento CD a tiendas	16%	Caminando/Bicicleta	10%	0%	Manufactura combustibles	4%
Gases refrigerantes	29%				Despachos a clientes	2%				Viajes de negocios	8%
										Insumos y servicios	2%
										Uso páginas web	3%
0,6%		0,3%		9%		6%		2%			

**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.

CD= centro de distribución

Fuente:

proyectae

de la matriz eléctrica nacional y la mayor compra de electricidad certificada 100% renovable.

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 1.374 ktCO<sub>2</sub>e, es decir, 5 veces el impacto del resto de la operación.

Más detalle en anexo 5: Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

**Nota:** Dada la evolución conceptual que ha tenido la materia a nivel mundial, se aclara que "Cero Emisiones Netas" significa que la empresa se compromete a hacer una contribución con foco en reducir sus emisiones y comprando créditos de carbono equivalentes a las emisiones remanentes no reducidas en ese año.



## Sello Excelencia de HuellaChile

Por quinto 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 rubro mejoramiento del hogar 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.

## Huella de carbono en Imperial

Imperial también mide anualmente su huella de carbono con miras a gestionar y reducir el impacto de la operación. En 2024 esta medición alcanzó 27 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (27 ktCO<sub>2</sub>e) en los tres alcances, excluyendo impacto por fabricación, uso y fin de vida de productos vendidos, lo que implica 7% más que las emisiones totales de 2023.

## Logística sostenible

Las actividades de transporte son el segundo factor que más contribuye a generar huella de carbono en el retail después de los productos comercializados. Para disminuir ese impacto, la compañía tiene una política de electromovilidad, incorpora 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, las que 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<sub>2</sub> Neutral al proceso de despachos, garantizando el cumplimiento y trazabilidad del proceso.

Durante 2024, la compañía compensó 89.891 viajes con despachos directos a domicilio (317.950 en 2023), transportando 1.820.051 reservas (5.398.306 en el ejercicio anterior), neutralizando un equivalente de 3.595 tCO<sub>2</sub>e. Cabe destacar que el 5,8% de los kilómetros recorridos en procesos de despacho se realizó con vehículos eléctricos.

Más información en [www.scx.cl](http://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.

## Infraestructura sustentable

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 en las dos tiendas inauguradas en el año en Puerto Montt y Villarrica.



## Programa de Energías Renovables

Sodimac se abastece en un 70% con energías renovables, 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 14.489 MWh de electricidad en 2024, lo que se tradujo en 4.872 tCO<sub>2</sub>e 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 72.655 MWh en 2024 y, con ello, se logró evitar la emisión de 22.857 tCO<sub>2</sub>e.

### Consumo energético de Sodimac por tipo:

Aspecto	Unidad	2022	2023	2024
Energía total requerida dentro de la organización	GWh	152	139	137
Combustibles de fuentes no renovables	GWh	34	30	33
Gas natural	GWh	2	1	1
Gas Licuado de Petróleo (GLP)	GWh	27	24	27
Diésel	GWh	3	3	3
Gasolina	GWh	3	3	3
Electricidad	GWh	117	108	104
Red promedio	GWh	20	20	17
Certificada 100% renovable (IREC, similar)	GWh	81	74	73
Generación 100% renovable on-site	GWh	17	15	14
<b>Porcentaje de energía con origen 100% renovable</b>	<b>%</b>	<b>64%</b>	<b>64%</b>	<b>63%</b>

## Huella hídrica

Sodimac y sus filiales no utilizan agua para fines industriales. Emplean 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 1.013.000 m<sup>3</sup> en el año en Sodimac y 41 mil m<sup>3</sup>, en Imperial, 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.

En 2024, se aumentó la oferta de pasto sintético con nuevos formatos y calidades, entendiendo el aporte para ahorrar agua y generar jardines más sostenibles.

### Consumo energético de Imperial por tipo:

Aspecto	Unidad	2022	2023	2024
Energía total requerida dentro de la organización	GWh	15	13	12
Combustibles de fuentes no renovables	GWh	8,5	6,2	6,7
Gas natural	GWh	0,0	0,0	0,0
Gas licuado de petróleo (GLP)	GWh	8,0	5,7	6,2
Diésel	GWh	0,2	0,1	0,2
Gasolina	GWh	0,4	0,3	0,4
Electricidad	GWh	6,3	6,4	5,6
Red regulada	GWh	6,3	6,4	5,6
Certificada 100% renovable (IREC, similar)	GWh	0,0	0,0	0,0
Generación 100% renovable on-site	GWh	0,0	0,0	0,0
<b>Porcentaje de energía con origen 100% renovable</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>



## Gastos e inversiones ambientales

La compañía destinó importantes recursos a materias medioambientales en Sodimac.

Nombre del Proyecto	Inversión/ Gasto 2024
Cambio de luminarias	253.049.848
Puntos limpios	737.484.649
Tratamiento residuos	88.187.458
Huella de carbono – gestión GEI	41.258.784
Cumplimiento Ley REP	387.733.622
Declaraciones ambientales	38.147.088
Plataforma medioambiental	22.007.400
Sistema de gestión de energía	9.529.527
Actualización equipos de clima	91.370.766
<b>Total</b>	<b>1.281.035.520</b>

Fuente: Sodimac.



## Residuos y circularidad

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 derivados del proceso de embalaje realizado por proveedores. En 2024 se reciclaron 4.902 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 21.136 toneladas.

#### Residuos No Peligrosos de Sodimac (en toneladas)

Aspecto	2022	2023	2024
Residuos No Peligrosos	38.921	29.364	29.475
A eliminación	31.586	21.817	21.136
A valorización	7.335	7.547	8.339

#### Residuos No Peligrosos de Imperial (en toneladas)

Aspecto	2022	2023	2024
Residuos No Peligrosos	4.317	3.723	3.805
A eliminación	3.780	3.208	3.249
A valorización	536	516	557

En Imperial también se reciclaron toneladas de material, el 15% de estos residuos fue valorizado.

### Economía circular

Sodimac desarrolla 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:

#### 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 2024, se reutilizaron 3.276 toneladas de este tipo de residuos, produciendo 1.869 m<sup>3</sup> de mulch y 6.527 m<sup>3</sup> de compost, evitando su disposición en rellenos sanitarios.

En el Centro de Distribución de Imperial, los pallets también son valorizados y reutilizados por un proveedor especializado, evitando su disposición como residuos y promoviendo un uso eficiente de los recursos.

#### 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 2024, se gestionaron 821 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

### Residuos Peligrosos de Sodimac (en toneladas)

Aspecto	2022	2023	2024
Residuos Peligrosos	114	157	139
A eliminación	43	84	84
A valorización*	71	73	54

\* Baterías Fuera de Uso (BFU)

### Residuos Peligrosos de Imperial (en toneladas)

Aspecto	2022	2023	2024
Residuos Peligrosos	5,4	3,7	5,2
A eliminación	5,4	3,7	5,2
A valorización	0,0	0,0	0,0

Fuente: Sodimac

## Trazabilidad de los residuos en Imperial

La disposición adecuada de residuos peligrosos y no peligrosos, implementada en años anteriores, se ha consolidado gracias al trabajo con proveedores especializados que garantizan su recolección, transporte y disposición final conforme a las normativas vigentes.

El control y la trazabilidad de los residuos gestionados en Imperial se fortaleció en el año mediante la Ventanilla Única del Ministerio del Medio Ambiente (MMA). Este sistema permite mantener un registro detallado de las cantidades gestionadas, basado en la facturación de los proveedores y declaraciones ambientales oficiales.





## Red Nacional de Puntos Limpios

Iniciada en 2010, la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac se consolidó 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.

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.

Sodimac se convirtió en 2023 en uno de los socios fundadores 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), en diciembre de ese año Sodimac empezó a traspasar gradualmente los puntos limpios de su Red Nacional a ReSimple, comenzando por los puntos limpios ubicados en las tiendas Sodimac de Arica y Calama. En 2024 se traspasaron a ReSimple otros 9 puntos limpios en las ciudades de Copiapó, La Serena, Santiago, Talca,

Concepción, Temuco y Castro. Todos siguen 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 15 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.

Reciclaje en Puntos Limpios			
	2022	2023	2024
Toneladas	2.609	2.599	2.653
Visitas	260.695	367.219	413.175

Fuente: TriCiclos.

Materiales Reciclados 2024	
Vidrio	56%
Celulosa	30%
Plásticos	11%
Metal	3%

Fuente: TriCiclos.





## ECO-EQUIVALENCIA ACUMULADA



o evitando

184.412 toneladas

CO<sub>2</sub>

que no fueron emitidas

## Fomento al reciclaje para clientes

Otras iniciativas de incentivo a los hábitos de reducción, reutilización y reciclaje:

- **Servicios de refacción y/o reciclaje a domicilio de muebles y línea blanca**, entre los que destacan lavadoras, refrigeradoras y cocinas. En 2024, se recuperó un total de 304 muebles y 720 aparatos de línea blanca en desuso de los clientes.

- **Reciclaje de neumáticos:** 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.

En 2024, se reciclaron 20.010 unidades que totalizaron 154.150 kilos.

- **Reciclaje de baterías:** La empresa suscribió en 2016 un Acuerdo de Producción Limpia (APL) y en ese marco ofrece en los carcenter y en todas sus tiendas Sodimac Homecenter un servicio gratuito para la recuperación y reciclaje de baterías fuera de uso de vehículos. En 2024 se recuperaron 4.351 baterías (54 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.

## APLs para residuos del sector construcción

Sodimac adhiere desde 2023 a tres APLs 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 la región de Antofagasta. El APL se implementa en un plazo de 24 meses.

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 de los APLs se trabaja en un diagnóstico sobre la generación de residuos y de consumo hídrico en las instalaciones adheridas; establecer una línea base sectorial de alcance regional para implementar un plan de gestión de RCD y uso eficiente del agua, y desarrollar una estrategia regional para solucionar la falta de sitios de valorización y la eliminación de estos residuos. Otra de las acciones es la difusión entre las empresas del catastro de gestores de residuos y de los sitios de disposición final existentes en las regiones. Sodimac cumplió a cabalidad con las metas propuestas: Meta n° 1: Las empresas adheridas implementarán prácticas de economía circular en sus procesos productivos y la Meta n° 2: Desarrollar competencias laborales para el fomento de la economía circular en la región de Antofagasta, con esto se dio por finalizada la etapa de desarrollo del APL. Durante los próximos meses se desarrollarán las auditorías finales y posteriormente la Certificación APL.



## 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 2024, el PCP tuvo un rol activo en apoyo al desarrollo e implementación de nuevas regulaciones y la realización de diversas campañas de educación ambiental dirigidas a la comunidad.

A continuación, algunos resultados relevantes:

- Entre 2019 y 2023 se redujo +50% los ítems plásticos problemáticos de los socios del PCP, lo que se traduce en una reducción de 1.568 toneladas.
- Estrategia de circularidad de envases de poliestireno (PS) de alto impacto (PAI) en Chile.
- Avances en la evaluación del potencial de valorización de las estructuras multimateriales PE/PA, PE/PP y PE/PET.
- Se logró que entre los socios del PCP el 75% de los envases y embalajes plásticos sean diseñados para ser reciclables y el 11,4 % sean diseñados para modelos de reúso.
- Desde el 2019, ha habido un aumento de un 3% de porcentaje de material reciclado incorporado en nuevos envases y embalajes.

## Gestión del aserrín en Imperial

El aserrín es la principal fuente de residuos en Imperial, debido al alto volumen de tableros y melaminas procesadas. Dado esto, esta filial realiza esfuerzos continuos para optimizar su gestión. Este año se aseguró el correcto funcionamiento de los sistemas de aspiración centralizada en las máquinas de corte, maximizando la eficiencia en la recolección de este material, el cual es enviado al aliado estratégico GESMA para su conversión en biomasa, contribuyendo de manera significativa a la generación de energía térmica sostenible y a la reducción del impacto ambiental.

En 2024 se convirtieron 378,7 toneladas de aserrín.

## Nuevo servicio para la mantención sostenible de herramientas

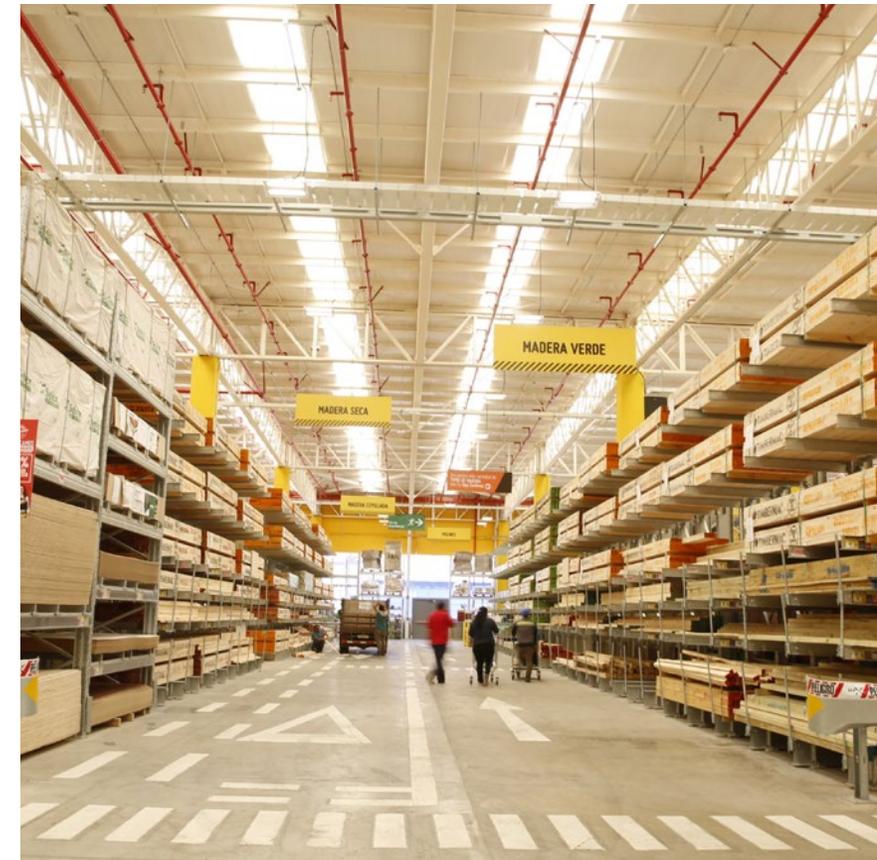
Como parte de su oferta de productos y servicios sostenibles, para promover el consumo responsable y la disminución de residuos, en noviembre de 2024 Sodimac lanzó un nuevo Servicio de Mantención Preventiva de Herramientas. Está disponible en todas las tiendas Sodimac del país y los clientes pueden agendarlo en Sodimac.com o directamente en los mesones de postventa.

Inicialmente contempla nueve categorías de herramientas para todas las marcas: sierras caladoras, sierras circulares, taladros, lijadoras de mano, motosierras, orilladoras, esmeriles angulares, generadores y cortadoras de césped. Dada la buena recepción, en 2025 se ampliará a otras categorías de herramientas.

## Productos y servicios sostenibles

La empresa cerró 2024 con una oferta de más de 6.400 productos y servicios que cumplen normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad que permiten calificarlos de "sostenibles".

Más detalle en sección Proveedores de esta Memoria.





# 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.

## 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 anualmente en esta 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 esta iniciativa, que es la mayor alianza global de carbono neutralidad impulsando la transformación hacia una economía descarbonizada con la colaboración de gobiernos, ciudades, regiones, empresas e inversionistas.
- **Grupo de Líderes Empresariales por la Acción Climática (CLG-Chile):** La empresa es miembro de CLG- Chile, en su compromiso de combatir el cambio climático a través de un completo programa de gestión ambiental.



- **La Hora del Planeta:** El 23 de marzo, Sodimac se sumó nuevamente 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 a sumarse.
- **Chile Green Building Week y Foro de Construcción Sostenible:** Ambos eventos, que son los más relevantes de la construcción sostenible en Chile, se realizaron juntos en 2024. Sodimac es empresa socia de Chile Green Building Council, que organiza Chile Green Building Week.



# Cumplimiento de gestión ambiental

*Sodimac no tuvo sanciones del Registro Público de Sanciones de la Superintendencia de Medio Ambiente ni multas asociadas en 2024.*

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.

## Plan de Cumplimiento por ruidos molestos en tienda

En 2024, hubo una denuncia formal a la Superintendencia del Medio Ambiente por ruidos molestos en una tienda. En respuesta, la empresa presentó a esa autoridad un plan de trabajo con medidas de mitigación para dar solución al problema. Al cierre del año, se encontraba esperando aprobación de este plan. En enero de 2025 se implementaron las medidas.

# Anexos





# Anexo 1

## Grupo controlador

(al 31 de diciembre de 2024)

Falabella S.A., matriz de la sociedad, es controlada por los grupos de accionistas que se detallan a continuación. Al 31 diciembre de 2024, el grupo controlador posee el 66,63% de las acciones en que se divide el capital social de Falabella S.A. Los referidos controladores tienen un acuerdo de actuación conjunta conforme al texto definitivo y refundido del Pacto de Accionistas que se suscribió con fecha 24 de septiembre de 2013. Dicho pacto contiene limitaciones a la libre disponibilidad de las acciones.

GRUPO AUGURI	RUT	N.º Acciones	%
<b>María Cecilia Karlezi Solari</b>	<b>7.005.097-8</b>	<b>14.000.000</b>	<b>0,56%</b>
<b>Inversiones Auguri SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>78.907.330-9</b>	<b>37.533.331</b>	<b>1,50%</b>
María Cecilia Karlezi Solari	7.005.097-8		
Sebastián Arispe Karlezi	15.636.728-1		
<b>Lucec Tres SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>99.556.440-8</b>	<b>267.803.642</b>	<b>10,67%</b>
María Cecilia Karlezi Solari	7.005.097-8		
Sebastián Arispe Karlezi	15.636.728-1		

GRUPO BETHIA	RUT	N.º Acciones	%
<b>Bethia S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>78.591.370-1</b>	<b>147.394.427</b>	<b>5,87%</b>
Liliana Solari Falabella	4.284.210-9		
Carlos Alberto Heller Solari	8.717.000-4		
Andrea Heller Solari	8.717.078-0		
Pedro Heller Ancarola	17.082.751-1		
Alberto Heller Ancarola	18.637.628-5		
Paola Barrera Heller	15.960.799-2		
Felipe Rossi Heller	18.637.490-8		
<b>Inbet S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>85.487.000-9</b>	<b>2.678.697</b>	<b>0,11%</b>
Liliana Solari Falabella	4.284.210-9		
Carlos Alberto Heller Solari	8.717.000-4		
Andrea Heller Solari	8.717.078-0		
Pedro Heller Ancarola	17.082.751-1		
Alberto Heller Ancarola	18.637.628-5		
Paola Barrera Heller	15.960.799-2		
Felipe Rossi Heller	18.637.490-8		



GRUPO CORSO	RUT	N.º Acciones	%
<b>Teresa Matilde Solari Falabella</b>	<b>4.661.725-8</b>	<b>941.546</b>	<b>0,04%</b>
<b>Juan Carlos Cortés Solari</b>	<b>7.017.522-3</b>	<b>3.152.004</b>	<b>0,13%</b>
<b>María Francisca Cortés Solari</b>	<b>7.017.523-1</b>	<b>3.152.748</b>	<b>0,13%</b>
<b>Inversiones Nonnita S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>77.525.176-K</b>	<b>2.956.946</b>	<b>0,12%</b>
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
<b>Inversiones Mapter Dos Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.839.460-1</b>	<b>8.329.213</b>	<b>0,33%</b>
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
<b>Inversiones Don Alberto Cuatro SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>99.552.470-8</b>	<b>271.587.424</b>	<b>10,83%</b>
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		

GRUPO SAN VITTO	RUT	N.º Acciones	%
<b>Inversiones San Vitto Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>77.945.970-5</b>	<b>243.698.146</b>	<b>9,71%</b>
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Asesorías e Inversiones Brunello Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>78.907.380-5</b>	<b>9.800.225</b>	<b>0,39%</b>
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Inversiones Brunello Dos Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.265.839-9</b>	<b>310.000</b>	<b>0,01%</b>
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Asesorías e Inversiones Barolo Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>78.907.350-3</b>	<b>10.110.245</b>	<b>0,40%</b>
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		



GRUPO SAN VITTO	RUT	N.º Acciones	%
<b>Asesorías e Inversiones Sangiovese Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>78.907.390-2</b>	<b>10.110.205</b>	<b>0,40%</b>
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Sandro Solari Donaggio</b>	<b>9.585.729-9</b>	<b>360.000</b>	<b>0,01%</b>

GRUPO LIGURIA	RUT	N.º Acciones	%
<b>Inversiones Santa Victoria SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>77.687.769-7</b>	<b>108.658.755</b>	<b>4,33%</b>
Juan Cúneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cúneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cúneo Queirolo	9.667.948-3		
<b>Inversiones Cinque Terre SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>77.687.768-9</b>	<b>108.658.754</b>	<b>4,33%</b>
Juan Cúneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cúneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cúneo Queirolo	9.667.948-3		

GRUPO AMALFI	RUT	N.º Acciones	%
<b>Importadora y Comercializadora Amalfi SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>87.743.700-0</b>	<b>48.661.279</b>	<b>1,94%</b>
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K		
Inés Fantuzzi	6.066.811-6		
Macarena Cardone	10.091.903-6		
Matías Cardone	10.091.901-K		
Valentina Cardone	15.642.572-9		
Josefina Cardone	17.406.681-7		
Francisco de Pablo	12.265.592-K		
Cristián de Pablo	12.585.617-9		
Nicolás de Pablo	13.550.768-7		
<b>Inversiones Vietri S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.182.636-0</b>	<b>10.899.037</b>	<b>0,43%</b>
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K		
Inés Fantuzzi	6.066.811-6		
Macarena Cardone	10.091.903-6		
Matías Cardone	10.091.901-K		
Valentina Cardone	15.642.572-9		
Josefina Cardone	17.406.681-7		
Francisco de Pablo	12.265.592-K		
Cristián de Pablo	12.585.617-9		
Nicolás de Pablo	13.550.768-7		



GRUPO DERSA	RUT	N.º Acciones	%
<b>Dersa S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>95.999.000-K</b>	<b>205.419.996</b>	<b>8,19%</b>
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
<b>DT Carrera SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.338.127-7</b>	<b>31.869.896</b>	<b>1,27%</b>
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Mariana de Jesús Arteaga Vial	6.695.852-3		
Luis Felipe del Río Arteaga	13.234.925-8		
Andrés Antonio del Río Arteaga	14.118.360-5		
Martín del Río Arteaga	15.642.668-7		
Javier del Río Arteaga	16.605.546-6		
José Pablo del Río Arteaga	17.703.172-0		
Mariana Teresita Carmen del Río Arteaga	18.641.820-4		

GRUPO DERSA	RUT	N.º Acciones	%
<b>Quilicura S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.338.077-7</b>	<b>7.079.944</b>	<b>0,28%</b>
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
<b>El Roquerío S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.338.125-0</b>	<b>22.415.828</b>	<b>0,89%</b>
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		



GRUPO DERSA	RUT	N.º Acciones	%
<b>DT D y D SpA</b>			
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.338.126-9</b>	<b>35.098.446</b>	<b>1,40%</b>
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Patricia Edwards Braun	5.711.271-9		
Elisa del Río Edwards	12.628.617-1		
Diego del Río Edwards	13.234.004-8		
Ana del Río Edwards	13.435.488-7		
Pedro del Río Edwards	15.382.612-9		
Sara del Río Edwards	15.641.769-6		
Paula del Río Edwards	16.371.405-1		
<b>BFD S.A.</b>			
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.338.129-3</b>	<b>23.408.277</b>	<b>0,93%</b>
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		

GRUPO DERSA	RUT	N.º Acciones	%
<b>DT Peñuelas SpA</b>			
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>76.338.177-3</b>	<b>34.776.485</b>	<b>1,39%</b>
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
Víctor Pucci Labatut	6.474.224-8		
Víctor Pucci del Río	15.643.671-2		
Pablo Pucci del Río	15.637.474-1		
Rodrigo Pucci del Río	16.371.133-8		
Felipe Pucci del Río	18.392.648-9		
<b>Inversiones Torca Limitada</b>			
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	<b>79.875.040-2</b>	<b>723.797</b>	<b>0,03%</b>
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
<b>Total Controladores</b>		<b>1.671.589.293</b>	<b>66,63%</b>



## Anexo 2

### Resumen Hechos Esenciales del periodo

Durante el año 2024, Sodimac S.A. informó a la CMF, en carácter de hecho esencial, los siguientes hechos relevantes:

#### Hecho esencial 1 – 4 de abril de 2024.

En sesión extraordinaria de esta misma fecha, 4 de abril de 2024, el directorio de Sodimac S.A. acordó convocar a los accionistas de la Sociedad a Junta Ordinaria de Accionistas para el día 17 de abril de 2024, a las 9:00 horas, en las oficinas de la Sociedad, ubicadas en Av. Presidente Riesco N°5685, piso 14, comuna de Las Condes, para tratar las materias propias de este tipo de juntas.

#### Hecho esencial 2 - 17 de abril 2024

En Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada el día de hoy, se adoptaron los siguientes acuerdos:

1. Se aprobó la Memoria, Balance General, Estado de Resultados y Dictamen de Auditores Externos correspondientes al ejercicio terminado el día 31 de diciembre de 2023.

2. Se procedió a la renovación total del Directorio, siendo elegidos los siguientes directores por el período estatutario de 3 años:

- Juan Pablo del Río Goudie;
- Sandro Solari Donaggio;
- Agustín Solari Álvarez;
- Elizabeth Lehmann Cosoi;
- Sebastián Arispe Karlezi;
- Gonzalo Rojas Vildósola;
- Jaime García Rioseco;
- Cristóbal Hurtado Rourke; y
- Víctor Pucci Labatut.

3. Se designó a la empresa Deloitte Auditores y Consultores Limitada como Auditores Externos para el ejercicio 2024, y a las empresas Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada y Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada como Clasificadoras de Riesgo.





# Anexo 3

## Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

### Medición en Sodimac

#### Huella de Carbono Sodimac (en ktCO<sub>2</sub>e), incluye impacto de productos vendidos

Aspecto	2021	2022	2023	2024	%
Huella de carbono (método de mercado, inc. productos vendidos)	3.565	2.576	1.776	1.671	100%
Huella de carbono (método de ubicación, incluye productos vendidos)	3.594	2.600	1.792	1.684	-
<b>Alcance 1+2+3 (sin productos)</b>	<b>570</b>	<b>504</b>	<b>272</b>	<b>297</b>	<b>18%</b>
<b>Alcance 1</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>0,6%</b>
1.1 Combustión en fuentes fijas	0,6	0,7	0,5	1,7	0,1%
1.2 Combustión en fuentes móviles	7	7	6	6	0,4%
1.4 Emisiones fugitivas	3	3	3	3	0,2%
<b>Alcance 2 (mercado)</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>0,3%</b>
2.1 Consumo eléctrico (método de mercado)	10	7	7	6	0,3%
2.1 Consumo eléctrico (método de ubicación)	39	31	23	19	-
<b>Alcance 3 (sin productos vendidos)</b>	<b>549</b>	<b>485</b>	<b>255</b>	<b>281</b>	<b>17%</b>
3.1 Insumos y servicios	1,0	0,9	0,7	0,6	0,0%
3.3 Manufactura combustibles de alcance 1	1,0	1,1	1,0	1,1	0,1%
3.4 Importación de productos a centro de distribución	127	87	45	66	4,0%
3.4 Transporte centro de distribución a tiendas (furgón/camión plano)	36	39	24	24	1,4%
3.4 Transporte local gestionado por terceros	105	98	52	53	3,2%
3.4 Despacho de última milla (DAD)	9,9	8,7	4,4	3,6	0,2%
3.5 Residuos y reciclaje	16	15	12	11	0,7%
3.6 Viajes de negocio	0,9	0,8	0,9	2,1	0,1%
3.7 Transporte de colaboradores	14	13	11	11	0,7%
3.7 Electricidad en trabajo remoto	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0%

Aspecto	2021	2022	2023	2024	%
3.9 Traslados de clientes a tiendas	237	220	102	107	6,4%
3.9 Electricidad clientes en comercio electrónico	1,9	1,7	0,7	0,8	0,0%
<b>Alcance 3 (productos vendidos)</b>	<b>2.995</b>	<b>2.073</b>	<b>1.504</b>	<b>1.374</b>	<b>82%</b>
3.1 Fabricación productos comercializados*	1.700	1.288	1.020	876	52%
3.11 Uso productos comercializados*	1.085	624	395	364	22%
3.12 Disposición productos comercializados*	210	161	90	134	8%

Fuente: Proyectae.

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, fuente de emisión que se comenzó a reportar desde 2021. Se actualizó el factor de emisión del transporte público, según indicación de HuellaChile, lo cual reajustó las emisiones reportadas 2021-2023.

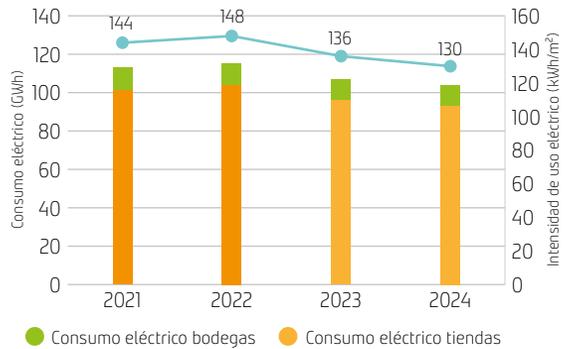
### Intensidad de Emisión de Gases de Efecto Invernadero

Indicador	Unidad	2021	2022	2023	2024
Emisiones de GEI 1 y 2	k tCO <sub>2</sub> e	21	19	17	16
Alcance 1	k tCO <sub>2</sub> e	11	11	10	11
Alcance 2	k tCO <sub>2</sub> e	10	7	7	6
Superficie tiendas	mil m <sup>2</sup>	699	702	711	715
Emisiones de GEI 1 + 2 / m <sup>2</sup> tienda	kgCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>	29	27	24	23

Fuente: Proyectae.

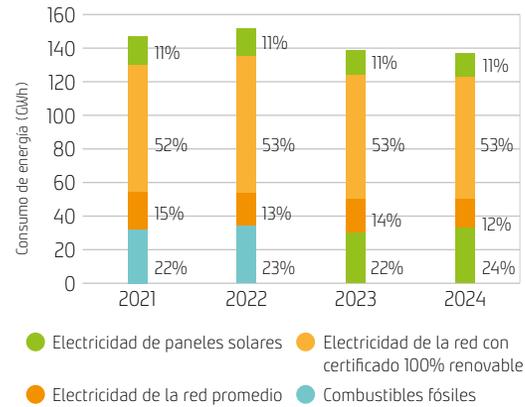


## Intensidad de Uso Eléctrico (kWh/m<sup>2</sup>)



Fuente: Proyectae.

## Distribución de Consumo Energético Según Fuente de Origen



Fuente: Proyectae.

En línea con el compromiso del grupo Falabella, la meta de reducción de emisiones de Sodimac de alcance 1 y 2 es:

- 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	ktCO <sub>2</sub> e	%
Línea base huella de carbono 2021	21	base
Meta huella de carbono 2030	13	-65%
Meta huella de carbono 2035	2	-90%
<b>Avance huella de carbono 2024</b>	<b>16</b>	<b>-20%</b>

Sodimac ha logrado reducir sus emisiones 20% respecto a la línea base del año 2021, manteniéndose alineado a cumplir la meta de reducción de 65% al año 2030.

**Nota:** Dada la evolución conceptual que ha tenido la materia a nivel mundial, se aclara que "Cero Emisiones Netas" significa que la empresa se compromete a hacer una contribución con foco en reducir sus emisiones y comprando créditos de carbono equivalentes a las emisiones remanentes no reducidas en ese año.



# Anexo 4

## Tiendas

Debe decir: Sodimac cuenta con 74 tiendas Sodimac y 13 de su filial Imperial, con una superficie de venta total de 791.085 m2. Todas estas instalaciones son arrendadas, algunas de ellas a otras unidades del grupo Falabella.

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
1	Sodimac Arica	Av. Santa María 2985	Arica	Arica y Parinacota
2	Sodimac Alto Hospicio	Av. Los Aromos 2780	Alto Hospicio	Tarapacá
3	Sodimac Iquique	Héroes de la Concepción 2311	Iquique	Tarapacá
4	Constructor Antofagasta	Av. Antonio Rendic 6852	Antofagasta	Antofagasta
5	Sodimac Antofagasta	Balmaceda 2355	Antofagasta	Antofagasta
6	Sodimac Antofagasta La Portada	Av. Pedro Aguirre Cerda 10578	Antofagasta	Antofagasta
7	Sodimac Calama	Balmaceda 3398	Calama	Antofagasta
8	Sodimac Copiapó	Av. Panamericana Sur 140	Copiapó	Atacama
9	Sodimac Copiapó Cordillera	Los Carrera 4723	Copiapó	Atacama
10	Sodimac Vallenar	Av. Huasco 175	Vallenar	Atacama
11	Sodimac Coquimbo	Ruta 5 Norte 849	Coquimbo	Coquimbo
12	Sodimac La Serena	Av. Francisco de Aguirre N°02	La Serena	Coquimbo
13	Sodimac La Serena Balmaceda	Av. José Manuel Balmaceda 2885	La Serena	Coquimbo
14	Sodimac Ovalle	Prolongación Benavente 1075	Ovalle	Coquimbo
15	Constructor Valparaíso	Yungay 2516	Valparaíso	Valparaíso
16	Sodimac San Antonio	21 de Mayo 950	San Antonio	Valparaíso
17	Sodimac Quinta Vergara	Av. Valparaíso 1070	Viña del Mar	Valparaíso
18	Constructor Viña del Mar	Limache 3119	Viña del Mar	Valparaíso
19	Sodimac Viña del Mar	15 Norte 961	Viña del Mar	Valparaíso
20	Sodimac Maitencillo	Centro Comercial Marbella, Vía F-30E esquina Vía 124, Local 13, Maitencillo	Puchuncaví	Valparaíso

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
21	Sodimac El Belloto	Av. Freire 1351	Quilpué	Valparaíso
22	Sodimac Quillota	Ramón Freire 1551	Quillota	Valparaíso
23	Sodimac San Felipe	Tocornal 2810	San Felipe	Valparaíso
24	Sodimac Reñaca Alto	Open Plaza Santa Julia, Av. Alessandri 4025, Reñaca Alto	Viña del Mar	Valparaíso
25	Sodimac La Calera	Prolongación JJ Pérez 12.010	La Calera	Valparaíso
26	Constructor Cantagallo	Av. Las Condes 12422	Las Condes	Metropolitana
27	Sodimac Cerrillos	Av. Américo Vespucio 1501	Cerrillos	Metropolitana
28	Sodimac Chicureo Express	Av. Camino Chicureo km 2, Boulevard Los Ingleses	Colina	Metropolitana
29	Sodimac El Bosque	Gran Avenida 10375, Open Plaza	El Bosque	Metropolitana
30	Sodimac Estación Central	San Francisco de Borja 402	Estación Central	Metropolitana
31	Sodimac Huechuraba	Av. Américo Vespucio 1737	Huechuraba	Metropolitana
32	Sodimac Independencia	Av. Independencia 565	Independencia	Metropolitana
33	Sodimac Kennedy	Av. Pdte. Kennedy 5601	Las Condes	Metropolitana
34	Sodimac La Reina	Av. Jorge Alessandri 1347	La Reina	Metropolitana
35	Sodimac Las Condes	Av. Las Condes 11049	Las Condes	Metropolitana
36	Sodimac Los Dominicos	Av. Padre Hurtado Sur 875	Las Condes	Metropolitana
37	Sodimac Maipú	Av. Pajaritos 4444	Maipú	Metropolitana
38	Sodimac Mall Tobalaba	Camilo Henríquez 3692, Mall Tobalaba	Puente Alto	Metropolitana
39	Sodimac Melipilla	Av. Vicuña Mackenna 1415	Melipilla	Metropolitana
40	Sodimac Nueva La Florida	Av. J.P. Alessandri 6402	La Florida	Metropolitana
41	Sodimac Ñuble	Av. Vicuña Mackenna 1700	Ñuñoa	Metropolitana
42	Sodimac Ñuñoa	Av. Américo Vespucio 925	Ñuñoa	Metropolitana
43	Sodimac Plaza Vespucio	Av. Américo Vespucio 7310	La Florida	Metropolitana



N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
44	Sodimac Puente Alto	Av. Concha y Toro 1315	Puente Alto	Metropolitana
45	Sodimac Quilicura	Av. M. Antonio Matta 581	Quilicura	Metropolitana
46	Sodimac Quilín	Altos del Parque Sur 5800	Peñalolén	Metropolitana
47	Sodimac San Bernardo	Jorge Alessandri Rodríguez 2040, Mall Plaza Sur	San Bernardo	Metropolitana
48	Sodimac San Miguel	Gran Avenida 5508	San Miguel	Metropolitana
49	Sodimac Talagante	Avda. Bernardo O' Higgins 2337	Talagante	Metropolitana
50	Constructor Rancagua	Koke 011	Rancagua	O' Higgins
51	Sodimac Rancagua	Av. Alberto Einstein 297	Rancagua	O' Higgins
52	Sodimac San Fernando	Av. Libertador Bernardo O' Higgins 0450. Ruta I-50	San Fernando	O' Higgins
53	Sodimac Santa Cruz	Rafael Casanova 412	Santa Cruz	O' Higgins
54	Sodimac Talca	Plaza Maule Shopping Center. Av. 2 Norte 3344	Talca	Maule
55	Sodimac Linares	Av. León Bustos 0376	Linares	Maule
56	Sodimac Talca-Colín	Av. Colín 0635	Talca	Maule
57	Sodimac Curicó	Av. Carlos Condell 1192	Curicó	Maule
58	Sodimac Chillán	Av. Ecuador 599	Chillán	Ñuble
59	Sodimac Los Ángeles	Av. Alemania 850	Los Ángeles	Biobío
60	Sodimac Coronel	Av. Carlos Prat 0901	Coronel	Biobío
61	Sodimac Mall Plaza El Trébol	Av. Pdte. Jorge Alessandri 3177	Talcahuano	Biobío
62	Sodimac Autopista Talcahuano	Autopista Concepción-Talcahuano 9200	Hualpén	Biobío
63	Sodimac Biobío	Av. Los Carrera Poniente 301	Concepción	Biobío
64	Sodimac Angol	Av. Bernardo O' Higgins 1744	Angol	Araucanía

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
65	Sodimac Temuco Cautín	Caupolicán 0457	Temuco	Araucanía
66	Sodimac Temuco Los Pablos	Avenida Las Encinas 2470	Temuco	Araucanía
67	Sodimac Villarrica	Av. Saturnino Epulef S/N, Km 0.1	Villarrica	Araucanía
68	Sodimac Valdivia	Av. Picarte 3349	Valdivia	Los Ríos
69	Sodimac Osorno	René Soriano 2619	Osorno	Los Lagos
70	Sodimac Puerto Montt	Av. Presidente Ibáñez 650	Puerto Montt	Los Lagos
71	Sodimac Chiloé	Ruta 5 Sur 2456, sector Ten Ten	Castro-Chiloé	Los Lagos
72	Sodimac Puerto Montt Alerce	Av. Ferrocarril 2001	Puerto Montt	Los Lagos
73	Sodimac Coyhaique	Av. Ogana 869	Coyhaique	Aysén
74	Sodimac Punta Arenas	Av. Pdte. Eduardo Frei Montalva 1400	Punta Arenas	Magallanes
75	Imperial Santa Rosa	Av. Santa Rosa 7850	La Granja	Metropolitana
76	Imperial Mapocho	Calle Mapocho 5906	Quinta Normal	Metropolitana
77	Imperial Maipú	Av. Alberto Llona 1153	Maipú	Metropolitana
78	Imperial Vespucio	Av. Américo Vespucio 1030	Peñalolén	Metropolitana
79	Imperial Huechuraba	Av. Américo Vespucio 1399	Huechuraba	Metropolitana
80	Imperial La Serena	Av. Balmaceda 3070	La Serena	Coquimbo
81	Imperial Valparaíso	Av. Independencia 3033	Valparaíso	Valparaíso
82	Imperial Reñaca	Camino Internacional 1025	Viña del Mar	Valparaíso
83	Imperial Rancagua	Calle La Cruz 01000	Rancagua	O' Higgins
84	Imperial Talca	Av. San Miguel 2687	Talca	Maule
85	Imperial Concepción	Tucapel 1259	Concepción	Biobío
86	Imperial Temuco	Av. Caupolicán 1151	Temuco	Araucanía
87	Imperial Puerto Montt	Pilpilco 200, Parque Industrial, Camino a Parga	Puerto Montt	Los Lagos



# Anexo 5

## Índice NGC 461

Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Perfil de la entidad	Misión, visión, propósito y valores	-	2.1.	-	-	17
Perfil de la entidad	Información histórica	-	2.2	-	-	18-20
Perfil de la entidad	Propiedad	Situación de control	2.3.1	-	-	24-25
Perfil de la entidad	Propiedad	Cambios importantes en la propiedad o control	2.3.2	-	-	24
Perfil de la entidad	Propiedad	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	2.3.3	-	-	24
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	i	-	24-26
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	ii.	-	26
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	iii.	a)	26
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	iii.	b)	24
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	iii.	c)	24-25
Perfil de la entidad	Propiedad	Otros valores	2.3.5	-	-	24
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	i.	-	28

Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	ii.	-	28, 50
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	iii.	-	44
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	iv.	-	55-57
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	v.	-	64-65
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	vi.	-	82-84
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	vii.	-	82-84
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	i.	-	29
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ii.	-	32
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	iii.	-	31-32
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	iv.	-	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	v.	-	31
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	vi.	-	31
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	vii.	-	34
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	viii.	-	28
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ix.	a)	31, 76
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ix.	b)	82-84
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ix.	c)	32
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	x.	-	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xi.	-	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	a)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	b)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	c)	30, 36-38
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	d)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	a)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	b)	30



Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	c)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	d)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	e)	30
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	f)	32, 77
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	i.	-	31, 33-34
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	ii.	-	31, 33-34
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	iii.	-	32
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	iv.	-	31, 33-34
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	v.	-	31
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	vi.	-	31
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	vii.	-	31
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	i.	-	33-34
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	ii.	-	35
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	iii.	-	35
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	iv.	-	24-25
Gobierno corporativo	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	-	3.5	-	-	28, 133-141
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	i.	-	39-44
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	a)	39-44
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	b)	44
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	c)	41
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	d)	43
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	e)	43
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	iii.	-	39-44
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	iv.	-	39-44

Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	v.	-	39
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	vi.	-	45
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	vii.	-	36-38
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	viii.	-	44
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ix.	-	36-38
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	x.	-	76
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	xi.	-	31, 77
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	xii.	-	31, 77
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	xiii.	-	36-38
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	i.	-	55-57
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	ii.	-	55-57
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	iii.	-	55-57
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	iv.	-	55-57
Estrategia	Horizontes de tiempo	-	4.1.	-	-	66
Estrategia	Objetivos estratégicos	-	4.2.	-	-	59-61
Estrategia	Planes de inversión	-	4.3.	-	-	66
Personas	Dotación de personal	-	5	-	-	70
Personas	Dotación de personal	-	5.1.1	-	-	70
Personas	Dotación de personal	-	5.1.2	-	-	71



Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Personas	Dotación de personal	-	5.1.3	-	-	72
Personas	Dotación de personal	-	5.1.4	-	-	72
Personas	Dotación de personal	-	5.1.5	-	-	73
Personas	Formalidad laboral	-	5.2	-	-	70
Personas	Adaptabilidad laboral	-	5.3	-	-	70
Personas	Equidad salarial por sexo	-	5.4.1	-	-	77
Personas	Equidad salarial por sexo	-	5.4.2	-	-	77
Personas	Acoso laboral y sexual	-	5.5	-	-	36-38, 84
Personas	Seguridad laboral	-	5.6	-	-	85-86
Personas	Permiso postnatal	-	5.7	-	-	82
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	i.	-	74
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	ii.	-	74
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	iii.	-	74
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	iv.	-	74-75
Personas	Política de subcontratación	-	5.9	-	-	88
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	i.	-	150
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	ii.	-	150
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	iii.	-	150
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	iv.	-	36-44, 46, 121
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	v.	-	55-57, 106
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	vi.	-	58
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	i.	-	90, 96, 150
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	ii.	-	96
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	iii.	-	90

Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	iv.	-	98
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	v.	-	7, 68
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	vi.	-	68
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	vii.	-	68
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	viii.	-	64-68
Modelo de negocios	Grupos de interés	-	6.3	-	-	55-57
Modelo de negocios	Propiedades e instalaciones	-	6.4	i.	-	6-8, 131-132
Modelo de negocios	Propiedades e instalaciones	-	6.4	ii.	-	NA
Modelo de negocios	Propiedades e instalaciones	-	6.4	iii.	-	131
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	i.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	ii.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	iii.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	iv.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	v.	-	155-172



Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	vi.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	vii.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	viii.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	ix.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	x.	-	155-172
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	i.	-	No aplica
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	ii.	-	No aplica
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	iii.	-	No aplica
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	iv.	-	No aplica
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	-	-	92
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	i.	-	92

Sección	Indicador	Subindicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	ii.	-	92
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	iii.	-	92
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	iv.	-	92
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	v.	-	92
Gestión de proveedores	Evaluación de proveedores	-	7.2	-	-	92-94
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.1	-	-	98-104
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.2	-	-	36-38, 84
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.3	-	-	117-121
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.4	-	-	39-45
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.5	-	-	36-38
Indicadores	Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria	-	8.2	-	-	129-130
Hechos relevantes o esenciales		-	9	-	-	128
Comentarios de accionistas y del comité de directores		-	10	-	-	Información no disponible o incompleta
Informes financieros		-	11	-	-	142-172



# Anexo 6

## Índice SASB

Tema	Parámetro de contabilidad/actividad	Categoría	Unidad de medida	Código	Página
Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución	1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	Cuantitativo	Gigajulios (GJ), porcentaje (%)	CG-MR-130a.1	114,130
Seguridad de los datos	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	Debate y análisis	n/a	CG-MR-230a.1	44
Seguridad de los datos	1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de clientes afectados	Cuantitativo	Número, porcentaje (%)	CG-MR-230a.2	44
Prácticas laborales	1) Salario medio por hora y 2) porcentaje de empleados de tienda que ganan el salario mínimo, por región	Cuantitativo	Divisa para comunicar, porcentaje (%)	CG-MR-310a.1	76-78
Prácticas laborales	Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	Cuantitativo	Velocidad	CG-MR-310a.2	73
Prácticas laborales	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las infracciones de la legislación laboral	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-310a.3	36-38
Diversidad e inclusión en la fuerza laboral	Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en (1) la dirección y (2) todos los demás empleados	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-330a.1	29-30, 70-72
Diversidad e inclusión en la fuerza laboral	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la discriminación en el empleo.	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-330a.2	36-38,84
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de sostenibilidad ambiental o social	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-410a.1	95
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	Debate y análisis	n/a	CG-MR-410a.2	115-116
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	Debate y análisis	n/a	CG-MR-410a.3	95, 115-121
Parametros de actividad	Número de: (1) ubicaciones de venta al por menor y (2) centros de distribución	Cuantitativo	Número	CG-MR-000.A	8, 131-132
Parametros de actividad	Superficie total de: (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	Cuantitativo	Metros cuadrados (m2)	CG-MR-000.B	6



# Anexo 7

## 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 2024.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándares Sectoriales GRI aplicables	-

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1	Detalles organizacionales	2, 6	
	2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2, 6	
	2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2	
	2-4	Actualización de la información	-	No hay reformulaciones durante el periodo
GRI 2: Contenidos Generales 2021 2. Actividades y trabajadores	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7, 90	
	2-7	Empleados	70-86	
	2-8	Trabajadores que no son empleados	87-88	

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 3. Gobernanza	2-9	Estructura de gobernanza y composición	28-35	
	2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	28-31	
	2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	29	
	2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	21-22, 28-29, 39-45, 47-48, 52-53	
	2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	28-34, 53	
	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	52-53	
	2-15	Conflictos de interés	36-38, 44	
	2-16	Comunicación de inquietudes críticas	-	Información no disponible o incompleta
	2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	-	Restricciones de confidencialidad
	2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	23, 31, 35, 74-76	
	2-19	Políticas de remuneración	35	
	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				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 4. Estrategia, políticas y prácticas	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4, 5	
	2-23	Compromisos y políticas	17, 21, 36-48, 50-52, 59-61	
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	46, 59-61	
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	36-48, 53, 101	
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	36-38	
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	102, 121	
	2-28	Afiliación a asociaciones	58	
	GRI 2: Contenidos Generales 2021 5. Participación de los grupos de interés	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	55-57
2-30		Convenios de negociación colectiva	87	

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	52
	3-2	Lista de temas materiales	52
	3-3	Gestión de los temas materiales	21-22, 52-54
Lista de Temas Materiales	Descripción de impactos, políticas. Medidas		50-54

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	142-154
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	76-77
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	73
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	107
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	90
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	39-45
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	36-45
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	38
GRI 206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	36-38
GRI 207: Impuestos	207-1	Gobernanza en materia tributaria	47-48



Categoría Medioambiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	114,130
	302-3	Intensidad energética	112,130
	302-4	Reducción del consumo energético	114-115,130
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	114
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	112-114, 129-130
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	112-114, 129-130
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	112-114, 129-130
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	112-114, 129-130
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	112-114, 129-130
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	115-119
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	115-119
	306-3	Residuos generados	115-119
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	115-119
	306-5	Residuos destinados a eliminación	115-119
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	121
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	90, 95, 115-119

Categoría Desempeño Social				
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	73	
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	79-81	
	401-3	Permiso parental	82	
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	80, 85-86	
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	85-86	
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	79-81, 85-86	
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	85-86	
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	80	
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	85-86	
	403-9	Lesiones por accidente laboral	85-86	
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	85-86	
	GRI 404: Capacitación y Educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	74-75
		404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	74-76
404-3		Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	76	
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	28-34, 82-84	
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	77	
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	38	



Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	36-38, 92-94
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	39-45
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	106
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	106
GRI 414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	92-94
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	92-94
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	102
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	92-95
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	102
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	101-102
GRI 418: Privacidad de los clientes	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	44





# Estados financieros

## Índice

- Informe del auditor independiente
- Estado de situación financiera clasificado consolidado
- Estado de resultado por función consolidado
- Estado de resultado integral consolidado
- Estado de cambios en el patrimonio consolidado
- Estado de flujo de efectivo consolidado
- Análisis razonado de los estados financieros consolidados
- Información sobre filiales
- Relación de propiedad directa e indirecta entre Sodimac y subsidiarias
- Declaración de responsabilidad y suscripción de la Memoria

Los Estados Financieros de Sodimac están disponibles en el sitio en Internet de la Comisión para el Mercado Financiero y en el sitio web de la empresa.

<https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/estados-financieros>





# Informe del auditor independiente

## Deloitte.

Deloitte  
Auditores y Consultores Limitada  
Rosario Norte 407  
Rut: 80.276.200-3  
Las Condes, Santiago  
Chile  
Fono: (56) 227 297 000  
Fax: (56) 223 749 177  
deloittechile@deloitte.com  
www.deloitte.cl

### INFORME DEL AUDITOR INDEPENDIENTE

A los señores Accionistas y Directores de  
Sodimac S.A.

#### Opinión

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros consolidados de Sodimac S.A. y Filiales que comprenden los estados consolidados de situación financiera al 31 de diciembre de 2024 y 2023 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas y las correspondientes notas a los estados financieros consolidados.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Sodimac S.A. y filiales al 31 de diciembre de 2024 y 2023 y los resultados de sus operaciones y sus flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por el International Accounting Standards Board.

#### Base para la opinión

Efectuamos nuestras auditorías de acuerdo con Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile. Nuestras responsabilidades de acuerdo a tales normas se describen, posteriormente, en los párrafos bajo la sección "Responsabilidades del auditor por la auditoría de los estados financieros" del presente informe. De acuerdo a los requerimientos éticos pertinentes para nuestras auditorías de los estados financieros se nos requiere ser independientes de Sodimac S.A. y filiales y cumplir con las demás responsabilidades éticas de acuerdo a tales requerimientos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

#### Responsabilidades de la Administración por los estados financieros

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de los estados financieros de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por el International Accounting Standards Board. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantención de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

Al preparar los estados financieros, la Administración es requerida que evalúe si existen hechos o circunstancias que, considerados como un todo, originen una duda sustancial acerca de la capacidad de Sodimac S.A. y filiales para continuar como una empresa en marcha al menos por los doce meses a partir del cierre del periodo que se reporta, sin limitarse a dicho periodo.

#### Responsabilidades del auditor por la auditoría de los estados financieros

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros como un todo, están exentos de representaciones incorrectas significativas, debido a fraude o error, y emitir un informe del auditor que incluya nuestra opinión. Una seguridad razonable es un alto, pero no absoluto, nivel de seguridad y, por lo tanto, no garantiza que una auditoría realizada de acuerdo con Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile siempre detectará una representación incorrecta significativa cuando ésta exista. El riesgo de no detectar una representación incorrecta significativa debido a fraude es mayor que el riesgo de no detectar una representación incorrecta significativa debido a un error, ya que el fraude puede involucrar colusión, falsificación, omisiones intencionales, ocultamiento, representaciones inadecuadas o hacer caso omiso de los controles por parte de la Administración. Una representación incorrecta se considera significativa si, individualmente, o en su sumatoria, éstas podrían influir el juicio que un usuario razonable realiza a base de estos estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría realizada de acuerdo con Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile, nosotros:

- Ejercemos nuestro juicio profesional y mantenemos nuestro escepticismo profesional durante toda la auditoría.
- Identificamos y evaluamos los riesgos de representaciones incorrectas significativas de los estados financieros, ya sea, debido a fraude o error, diseñamos y realizamos procedimientos de auditoría en respuesta a tales riesgos. Tales procedimientos incluyen el examen, a base de pruebas, de la evidencia con respecto a los montos y revelaciones en los estados financieros.
- Obtenemos un entendimiento del control interno pertinente para una auditoría con el objeto de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero sin el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de Sodimac S.A. y filiales. En consecuencia, no expresamos tal tipo de opinión.
- Evaluamos lo apropiado que son las políticas de contabilidad utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables significativas efectuadas por la Administración, así como evaluamos lo apropiado de la presentación general de los estados financieros consolidados.
- Concluimos si a nuestro juicio existen hechos o circunstancias, que, considerados como un todo, originen una duda sustancial acerca de la capacidad de Sodimac S.A. y filiales para continuar como una empresa en marcha por al menos doce meses a partir del cierre del periodo que se reporta, sin limitarse a dicho periodo.

Se nos requiere comunicar a los responsables del Gobierno Corporativo, entre otros asuntos, la oportunidad y el alcance planificados de la auditoría y los hallazgos significativos de la auditoría, incluyendo, cualquier deficiencia significativa y debilidad importante del control interno que identificamos durante nuestra auditoría.

## Deloitte.

Febrero 25, 2025  
Santiago, Chile

Firmado por:

4A1A3834C94A452...

Cristian Álvarez Parra  
RUT: 9.854.795-9  
Socio



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

### Estado de Situación Financiera Clasificado Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

ACTIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Activos Corrientes</b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	10.813.593	10.795.142
Otros activos financieros corrientes	1.557.007	4.931.250
Otros activos no financieros corrientes	5.350.326	4.605.868
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	105.855.033	76.870.639
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	45.599.230	25.643.548
Inventarios	406.244.531	365.100.992
Activos por impuestos corrientes	5.010.993	4.569.737
<b>Total de activos corrientes distintos de activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios</b>	<b>580.430.713</b>	<b>492.517.176</b>
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	160.439	160.439
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>580.591.152</b>	<b>492.677.615</b>
<b>Activos no Corrientes</b>		
Otros activos financieros no corrientes	1.873.365	59.794
Otros activos no financieros no corrientes	1.830.083	774.494
Cuentas por cobrar no corrientes	457.212	460.965
Activos intangibles distintos de la plusvalía	5.306.915	6.831.531
Plusvalía	40.058.041	40.058.041
Propiedades, plantas y equipos	941.153.272	963.946.565
Activos por impuestos diferidos	58.014.166	52.214.751
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>1.048.693.054</b>	<b>1.064.346.141</b>
<b>Activos totales</b>	<b>1.629.284.206</b>	<b>1.557.023.756</b>

### Estado de Resultado por Función Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Pasivos Corrientes</b>		
Otros pasivos financieros corrientes	7.454.368	10.762.333
Pasivos por arrendamientos corrientes	73.563.485	65.697.077
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	267.736.977	216.955.180
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	165.053.578	73.910.266
Otras provisiones corrientes	3.461.024	1.885.440
Pasivos por impuestos corrientes	267.891	512.505
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	33.941.414	32.272.966
Otros pasivos no financieros corrientes	19.909.198	21.100.164
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>571.387.935</b>	<b>423.095.931</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>		
Otros pasivos financieros no corrientes	41.379.084	44.533.849
Pasivos por arrendamientos no corrientes	742.381.994	732.366.030
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	100.752.450	185.502.450
Otras provisiones no corrientes	493.422	467.108
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	40.622.545	36.047.450
<b>Pasivos no corrientes totales</b>	<b>925.629.495</b>	<b>998.916.887</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>1.497.017.430</b>	<b>1.422.012.818</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital emitido	200.769.836	200.769.836
Ganancias acumuladas	19.223.400	18.042.292
Otras reservas	(99.153.067)	(96.298.339)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>120.840.169</b>	<b>122.513.789</b>
Participaciones no controladoras	11.426.607	12.497.149
<b>Patrimonio total</b>	<b>132.266.776</b>	<b>135.010.938</b>
<b>Patrimonio y pasivos totales</b>	<b>1.629.284.206</b>	<b>1.557.023.756</b>



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

### Estado de Resultado por Función Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de Resultado	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	2.422.084.484	2.364.993.261
Costo de ventas	(1.714.508.022)	(1.697.824.015)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>707.576.462</b>	<b>667.169.246</b>
Costos de distribución	(48.700.360)	(63.138.781)
Gastos de administración	(622.676.261)	(608.952.038)
Otros gastos, por función	(10.803.536)	(7.248.846)
Otras ganancias (pérdidas)	16.544.868	8.576.867
Ingresos financieros	6.450.395	614.775
Costos financieros	(43.516.717)	(52.106.633)
Diferencias de cambio	(5.478.577)	(1.291.622)
Resultados por unidades de reajuste	(2.066.022)	(1.789.055)
<b>Pérdida antes de impuestos</b>	<b>(2.669.748)</b>	<b>(58.166.087)</b>
Ingreso por impuestos a las ganancias	3.286.884	13.636.633
<b>Ganancia (pérdida) del ejercicio</b>	<b>617.136</b>	<b>(44.529.454)</b>
<b>Resultado atribuible a</b>		
Los propietarios de la controladora	1.687.297	(43.438.116)
Participaciones no controladoras	(1.070.161)	(1.091.338)
<b>Ganancia (pérdida) del ejercicio</b>	<b>617.136</b>	<b>(44.529.454)</b>
Resultado por acción básica	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	\$	\$
Resultado por acción básica	0,10	(2,45)

### Estado de Resultado Integral Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado del resultado integral	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Ganancia (pérdida) del ejercicio</b>	617.136	(44.529.454)
<b>Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos</b>		
(Pérdidas) ganancias actuariales por planes de beneficios definidos	(5.254.919)	5.574.984
<b>Otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del ejercicio</b>	<b>(5.254.919)</b>	<b>5.574.984</b>
<b>Componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos</b>		
<b>Coberturas del flujo de efectivo</b>		
Ganancias por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	1.344.334	627.997
<b>Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo</b>	<b>1.344.334</b>	<b>627.997</b>
<b>Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del ejercicio</b>		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	1.418.828	(1.505.246)
<b>Total Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales que no se reclasificarán al resultado del ejercicio</b>	<b>1.418.828</b>	<b>(1.505.246)</b>
<b>Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del periodo</b>		
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	(362.971)	(169.559)
<b>Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del ejercicio</b>	<b>(362.971)</b>	<b>(169.559)</b>
<b>Total otro Resultado integral</b>	<b>(2.854.728)</b>	<b>4.528.176</b>
<b>Total Resultado integral</b>	<b>(2.237.592)</b>	<b>(40.001.278)</b>
<b>Resultado integral atribuible a</b>		
Los propietarios de la controladora	(1.167.431)	(38.909.940)
Participaciones no controladoras	(1.070.161)	(1.091.338)
<b>Total Resultado integral</b>	<b>(2.237.592)</b>	<b>(40.001.278)</b>



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

## Estado de Cambios en el Patrimonio Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Reservas de coberturas de flujo de efectivo	Reserva de pagos basados en acciones	Otras reservas	Total Otras Reservas	Ganancia acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024</b>	<b>200.769.836</b>	<b>(25.066.465)</b>	<b>(586.425)</b>	<b>6.473.107</b>	<b>(77.118.556)</b>	<b>(96.298.339)</b>	<b>18.042.292</b>	<b>122.513.789</b>	<b>12.497.149</b>	<b>135.010.938</b>
Cambios en patrimonio										
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	-	1.687.297	1.687.297	(1.070.161)	617.136
Otro resultado integral	-	(3.836.091)	981.363	-	-	(2.854.728)	-	(2.854.728)	-	(2.854.728)
<b>Total resultado integral</b>	<b>-</b>	<b>(3.836.091)</b>	<b>981.363</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2.854.728)</b>	<b>1.687.297</b>	<b>(1.167.431)</b>	<b>(1.070.161)</b>	<b>(2.237.592)</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(506.189)	(506.189)	(381)	(506.570)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>(3.836.091)</b>	<b>981.363</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2.854.728)</b>	<b>1.181.108</b>	<b>(1.673.620)</b>	<b>(1.070.542)</b>	<b>(2.744.162)</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2024</b>	<b>200.769.836</b>	<b>(28.902.556)</b>	<b>394.938</b>	<b>6.473.107</b>	<b>(77.118.556)</b>	<b>(99.153.067)</b>	<b>19.223.400</b>	<b>120.840.169</b>	<b>11.426.607</b>	<b>132.266.776</b>

	Capital Emitido	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Reservas de coberturas de flujo de efectivo	Reserva de pagos basados en acciones	Otras reservas	Total Otras Reservas	Ganancias acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2023</b>	<b>200.769.836</b>	<b>(29.136.203)</b>	<b>(1.044.863)</b>	<b>6.473.107</b>	<b>(77.118.556)</b>	<b>(100.826.515)</b>	<b>55.313.716</b>	<b>155.257.037</b>	<b>15.824.361</b>	<b>171.081.398</b>
Incremento por cambios en políticas contables	-	-	-	-	-	-	20.561.568	20.561.568	632.393	21.193.961
<b>Patrimonio reexpresado</b>	<b>200.769.836</b>	<b>(29.136.203)</b>	<b>(1.044.863)</b>	<b>6.473.107</b>	<b>(77.118.556)</b>	<b>(100.826.515)</b>	<b>75.875.284</b>	<b>175.818.605</b>	<b>16.456.754</b>	<b>192.275.359</b>
Cambios en patrimonio										
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	-	(43.438.116)	(43.438.116)	(1.091.338)	(44.529.454)
Otro resultado integral	-	4.069.738	458.438	-	-	4.528.176	-	4.528.176	-	4.528.176
<b>Total resultado integral</b>	<b>-</b>	<b>4.069.738</b>	<b>458.438</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4.528.176</b>	<b>(43.438.116)</b>	<b>(38.909.940)</b>	<b>(1.091.338)</b>	<b>(40.001.278)</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(14.394.876)	(14.394.876)	(2.868.267)	(17.263.143)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>4.069.738</b>	<b>458.438</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4.528.176</b>	<b>(57.832.992)</b>	<b>(53.304.816)</b>	<b>(3.959.605)</b>	<b>(57.264.421)</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2023</b>	<b>200.769.836</b>	<b>(25.066.465)</b>	<b>(586.425)</b>	<b>6.473.107</b>	<b>(77.118.556)</b>	<b>(96.298.339)</b>	<b>18.042.292</b>	<b>122.513.789</b>	<b>12.497.149</b>	<b>135.010.938</b>

**Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales**

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

**Estado de Flujo de Efectivo Consolidado**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	2.877.070.735	2.836.689.919
Otros cobros por actividades de operación	12.660.091	13.603.801
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(2.503.993.746)	(2.252.118.143)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(266.239.730)	(262.973.424)
Otros pagos por actividades de operación	(64.215.604)	(107.856.385)
Impuestos a las ganancias	(254.975)	7.741.393
Otras entradas de efectivo	9.626.009	6.921.296
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación</b>	<b>64.652.780</b>	<b>242.008.457</b>
<b>Flujos de efectivo utilizados en actividades de inversión</b>		
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo	16.441.370	1.894.297
Compras de propiedades, planta y equipo	(25.735.675)	(31.227.344)
Compras de activos intangibles	(1.070.956)	(1.410.878)
Intereses recibidos	354.380	227.293
<b>Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión</b>	<b>(10.010.881)</b>	<b>(30.516.632)</b>

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
Importes procedentes de préstamos	37.842.051	18.735.906
Pagos de préstamos	(41.443.048)	(18.713.671)
Pasivos a entidades relacionadas, neto	(27.379.661)	(163.281.630)
Dividendos pagados	(381)	(19.378.420)
Intereses pagados	(18.178.233)	(19.158.918)
Otras entradas salidas de efectivo, neto	(1.551.027)	(10.999.104)
<b>Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación</b>	<b>(50.710.299)</b>	<b>(212.795.837)</b>
<b>Aumento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio</b>	<b>3.931.600</b>	<b>(1.304.012)</b>
Efecto de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(3.913.149)	(19.434)
<b>Aumento (disminución) del efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>18.451</b>	<b>(1.323.446)</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al inicio del ejercicio	10.795.142	12.118.588
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>10.813.593</b>	<b>10.795.142</b>



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

# Análisis razonado de los Estados Financieros Consolidados

Al 31 de diciembre de 2024

## I. RESUMEN

### INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

Los ingresos de explotación consolidados acumulados a diciembre 2024 aumentan un 2,4% comparados con igual ejercicio del año anterior, alcanzando los \$2.422.084.484.

### EBITDA

El EBITDA acumulado a diciembre de 2024 aumenta un 37,7% comparado con igual ejercicio del año anterior, alcanzando los M\$148.910.279, lo que representa un 6,1% del total de ingresos, versus un 4,6% el año anterior.

### RESULTADO

La utilidad del ejercicio atribuible a los propietarios de la controladora a diciembre 2024 alcanzó los M\$1.687.297, lo que equivale a una mejora de un 103,9% a igual ejercicio del año anterior, resultado que representa un 0,07% del total de los ingresos, versus un (1,8%) del año anterior.

## II. RESULTADOS CONSOLIDADOS A DICIEMBRE 2024

	Unidad	31.12.2024	% Ingresos	31.12.2023	% Ingresos	Var.	% var.
Ingresos de explotación	M\$	2.422.084.484	100,0%	2.364.993.261	100,0%	57.091.223	2,4%
Costos de explotación	M\$	(1.714.508.022)	(70,8%)	(1.697.824.015)	(71,8%)	(16.684.007)	1,0%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>M\$</b>	<b>707.576.462</b>	<b>29,21%</b>	<b>667.169.246</b>	<b>28,21%</b>	<b>40.407.216</b>	<b>6,1%</b>
Gastos de adm. y ventas <sup>1</sup>	M\$	(682.180.157)	(28,2%)	(679.339.665)	(28,7%)	(2.840.492)	0,4%
<b>Resultado operacional</b>	<b>M\$</b>	<b>25.396.305</b>	<b>1,0%</b>	<b>(12.170.419)</b>	<b>(0,5%)</b>	<b>37.566.724</b>	<b>(308,7%)</b>
<b>Resultado no operacional <sup>2</sup></b>	<b>M\$</b>	<b>(28.066.053)</b>	<b>(1,2%)</b>	<b>(45.995.668)</b>	<b>(1,9%)</b>	<b>17.929.615</b>	<b>(39,0%)</b>
EBITDA <sup>3</sup>	M\$	148.910.279	6,1%	108.147.545	4,6%	40.762.734	37,7%
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>M\$</b>	<b>(2.669.748)</b>	<b>(0,1%)</b>	<b>(58.166.087)</b>	<b>(2,5%)</b>	<b>55.496.339</b>	<b>(95,4%)</b>
Impuestos	M\$	3.286.884	0,1%	13.636.633	0,6%	(10.349.749)	(75,9%)
<b>Resultado después de impuestos</b>	<b>M\$</b>	<b>617.136</b>	<b>0,0%</b>	<b>(44.529.454)</b>	<b>(1,9%)</b>	<b>45.146.590</b>	<b>(101,4%)</b>
Atribuible a no controladores	M\$	(1.070.161)	(0,0%)	(1.091.338)	(0,0%)	21.177	(1,9%)
<b>Atribuible a controladores</b>	<b>M\$</b>	<b>1.687.297</b>	<b>0,07%</b>	<b>(43.438.116)</b>	<b>(1,8%)</b>	<b>45.125.413</b>	<b>(103,9%)</b>

<sup>1</sup> Corresponde a la suma de los costos de distribución, gastos de administración y otros gastos por función.

<sup>2</sup> Corresponde a las sumas netas de Otras ganancias (pérdidas), Ingresos financieros, Costos financieros, Diferencias de cambio y Resultados por unidades de reajustes.

<sup>3</sup> Resultado Operacional menos depreciaciones y amortizaciones.

El aumento experimentado por el resultado después de impuestos atribuible a controladores es un 103,9% respecto del ejercicio anterior, lo cual se explica por lo siguiente:

Los ingresos del segmento Mejoramiento del Hogar (Sodimac) aumentan un 2,3% mientras que los del segmento Especialista (Imperial) aumentan un 4,1%. El margen pasa de un 28,21% a un 29,21%. El crecimiento de ingresos

fue moderado producto, principalmente, de la caída en la industria de la construcción, donde llevamos 3 años consecutivos con crecimiento negativo, lo cual sumado al alto stock de viviendas nuevas, hace que la venta de materiales de construcción para nuevas viviendas siga siendo baja. Por el lado de la demanda de los hogares, se tuvieron niveles bajos durante todo el año, pero se empieza a ver cierta mejora a partir del cuarto trimestre del año.

Con respecto al desempeño por canales, los kioscos tuvieron un crecimiento respecto al año anterior, empujado por el desempeño en eventos Cyber y la venta de productos con stock en bodega y exhibición en tienda. El canal online también tuvo un muy buen desempeño, en especial durante el segundo semestre luego del relanzamiento del sitio web propio. Venta empresa tuvo un crecimiento más bien moderado, pero que repuntó hacia el cuarto trimestre.

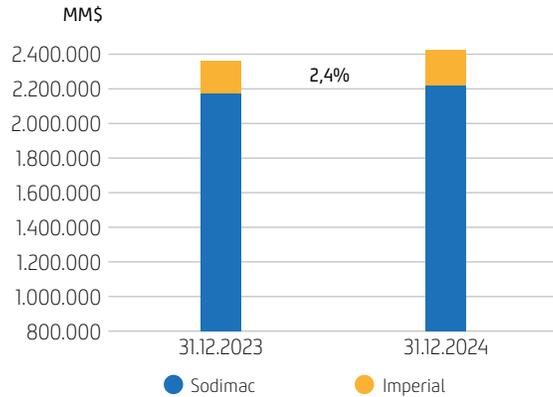
En cuanto al margen, la mejora deriva principalmente de una recuperación de márgenes en productos importados, gracias a una mejora de costos y menor necesidad de liquidación, producto de inventarios más acotados.



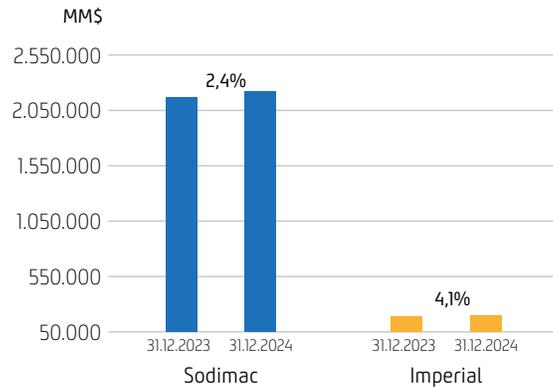
## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

### Ingresos de la Explotación Consolidado



### Ingresos de la Explotación por Segmento de Negocio



\* Segmento mejoramiento del hogar (Sodimac)

\* Segmento especialista (Imperial)

- El gasto de administración y ventas aumenta en M\$2.840.492 equivalente a un 0,4% explicado principalmente por un mayor gasto en remuneraciones por M\$ 9.127.906, compensado por un menor gasto en honorarios y servicios de terceros por M\$9.455.885. Asimismo, por mayor gasto en comisiones por M\$6.762.803, publicaciones, publicidad y promoción por M\$3.554.690, depreciación y amortización por M\$3.534.753, servicios de computación por M\$2.860.176, mantención y reparación por M\$1.447.649, otros gastos de administración por M\$ 1.091.913, compensado con un menor gasto en costo logístico por M\$14.438.421, impuestos y contribuciones por M\$1.500.711.

- El resultado no operacional presenta una menor pérdida de M\$17.929.615 lo que representa un 39,0% de disminución respecto del año anterior, siendo explicado principalmente por menores cargos por intereses con Falabella S.A. por M\$8.342.676, una utilidad neta asociada a contratos de derivados por M\$6.047.025, utilidad por ventas de Propiedades Plantas y Equipos por M\$6.428.550, compensado con una mayor pérdida por tipo de cambio de M\$4.186.955.

### III.PERSPECTIVAS

Terminando diciembre del 2024 el IPC tuvo una variación mensual de -0,2% donde destacaron las disminuciones de alimentos y bebidas no alcohólicas como también la mantención del hogar y equipamiento. Con esto, el IPC acumuló 4,5% de variación en lo que va del año y 4,5% a doce meses respecto de la serie empalmada del índice, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Con esto se pudo divisar una tendencia al alza para el cuarto trimestre, partiendo con una variación mensual del 1,0% en octubre donde destacaron las alzas en viviendas y servicios básicos al igual que en alimentos y bebidas no alcohólicas. En noviembre, la variación mensual fue de 0,2%, donde destacaron las alzas de equipamiento y mantención del hogar los cuales se compensan con una disminución de alimentos y bebidas no alcohólicas.

Para noviembre del 2024 la variación anual de la inflación se encontró en un 4,2% ubicándose en un porcentaje mayor al estimado en el último IPoM publicado. Según el Banco Central, esto se debe una combinación de factores de costos como lo han sido el aumento del tipo de cambio por la incertidumbre mundial y el alza de costos laborales locales por el aumento de salarios. Esto conlleva a un incremento de los precios finales para ajustarse a los márgenes y finalmente un aumento de la inflación.

La variación anual del Índice Mensual de Actividad Económica (IMACEC) de noviembre creció 2,1% en comparación con igual mes del año anterior. Con este desempeño el indicador creció 2,5% en doce meses y según explica el Banco Central, el resultado se explicó por el crecimiento de todos sus componentes, especialmente en los servicios. El IMACEC no minero presentó un crecimiento anual de 2,0%.

Tal como se mencionaba anteriormente, en el ámbito externo se puede ver una incertidumbre marcado por las tensiones bélicas vigentes, temores en torno a la situación fiscal y de deuda al rededor del mundo, según explica el Banco Central. Si bien la Fed en Estados Unidos ha presentados una serie de distintos recortes, están promoviendo a la cautela en la conducción de política monetaria. Además, se mencionó que la actividad en Estados Unidos estuvo sobre lo último previsto en el último IPoM. Por otro lado, la economía en China sigue dando señales de debilidad a pesar de tener algunas mejoras en el margen. Con respecto al desempeño de la Eurozona se mantiene acotado mientras que en América Latina creció sobre lo esperado.

Con respecto a la Tasa Política Monetaria (TPM), el Banco Central menciona que seguirá con un movimiento



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

### IV. RESUMEN ECONÓMICO DEL RUBRO A DICIEMBRE 2024

de recortes si la economía sigue con una tendencia de crecimiento y una recuperación de la demanda. De esta manera se ha recortado la TPM en 0,25 puntos porcentuales versus el mes de noviembre ubicándose en un 5,00%, explicado principalmente por la evolución económica y la inflación reciente.

Según el INE, en el trimestre septiembre-noviembre 2024, la estimación de la tasa de desocupación nacional fue del 8,2%, con una caída de 0,5 puntos porcentuales en los últimos 12 meses, debido al aumento de la fuerza laboral (1,0%) que fue menor al de las personas ocupadas (1,6%). Las personas desocupadas disminuyeron un 4,9%, principalmente por quienes buscan trabajo por primera vez y por los que se encontraban cesantes. El total de personas ocupadas creció un 1,6% en el último año, influida principalmente por actividades de salud (9,0%), actividades profesionales (8,7%) y enseñanza (3,6%). La población fuera de la fuerza de trabajo aumentó 0,7% en doce meses, influida por la fuerza de trabajo potencial (10,3%).

Finalizado el cuarto trimestre, la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) presentó una inversión en infraestructura de 0,6% comparado con 0,2% en último informe MACH. En torno a la inversión pública se mantiene en un 4,2% debido a un incremento en la inversión en concesiones mientras que la productiva se encuentra en un -3,4% por un mejor desempeño de empresas públicas. Por otro lado, la inversión en vivienda terminó con un -3,2% compuesto por una inversión pública del 9,2% y una inversión privada de -6,4%. El indicador de la inversión pública se explica porque el presupuesto destinado al desarrollo del programa de viviendas para sectores vulnerables experimentó un incremento. En cambio, la inversión privada se explica por las restricciones para acceder a financiamiento hipotecario que afectan la demanda y desincentivan nuevos proyectos.

El empleo en el sector de la construcción ha seguido con una tendencia de disminución en la cantidad de trabajadores desde junio, llegando a 717 mil trabajadores en octubre según la CChC. En noviembre continúa con la misma tendencia negativa bajando alrededor de 1300 trabajadores. Es así como podemos ver una variación anual del 1,56% llegando a 715 mil trabajadores para el mes de noviembre, mientras que en 2023 existía una variación anual del -5,39% con 704 mil trabajadores.

Por otra parte, si bien los precios de los materiales de la construcción tuvieron una baja en octubre del 0,88%, para noviembre el IPMIC presentó un alza del 0,97%, acumulando en lo que va del año una variación del 2,54% versus el año anterior donde hubo una variación anual del -3,81%.

Con respecto a las actualizaciones del INE, la edificación habitacional obtuvo un permiso de edificación de 602 mil m<sup>2</sup> en noviembre, mientras que la Edificación No Habitacional obtuvo un permiso de edificación de 251 mil m<sup>2</sup> en el mismo mes. Por lo tanto, el permiso total de edificación fue de 854 mil m<sup>2</sup>, lo que implica una variación anual de -19,4%, un 71,5% menos que la variación anual presentada en diciembre 2023 (-66,8%).

Luego de empezar el año con una variación anual del IMACON de alrededor del -7,00% hasta mediados de junio, se vio una tendencia al alza para los meses siguientes. Es así como para los últimos meses tuvo una variación anual de -0,54% en noviembre, un 0,06% en octubre, mientras que en septiembre fue de -0,09%, por lo que la actividad del sector de la construcción se estabilizó para estos meses. Comparando con el año anterior, noviembre del 2023 tuvo una variación anual de -6,74% por lo que existe una diferencia de 6,20 puntos porcentuales entre años.

### V. PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y COMPETENCIA

La participación de mercado de Sodimac alcanza a 21,9% (calculado al cierre de 2024). Este mercado incluye mejoramiento, reparación y mantención del hogar, además de nuevas construcciones.

El cálculo de participación de mercado se determina con estudios que la Compañía realiza anualmente, los cuales fueron actualizados con la información del: Censo 2002-2017, INE; EPF (Encuesta Presupuesto Familiar) 2002 – 2012 – 2017, INE; Índice de Actividad de Comercio mensual 2024, INE; Índice de venta minorista 2024, CNC; IPC mensual 2024, INE; Reporte de Inversión en Construcción 2024, CChC (estimado).

Sodimac S.A. tiene múltiples y diversos competidores en el mercado nacional, dentro de los cuales están las grandes tiendas de materiales de construcción y mejoramiento del hogar, tales como Easy y Construmart, así como también existe una gran cantidad de ferreterías, muchas de las cuales están agrupadas en cadenas como MTS, Chilemat y/o Placacentros. Además, existen otros competidores en productos de mejoramiento del hogar dentro de los cuales destacan todos los hipermercados, tiendas departamentales y tiendas de especialidad, operadores online y, por último, proveedores que atienden directamente a clientes como empresas constructoras.



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

# VI. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS PRINCIPALES TENDENCIAS DE LOS ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

El comportamiento de los principales rubros de activos y pasivos entre el 31 de diciembre de 2024 y 2023 es el siguiente:

ACTIVOS	31.12.2024	31.12.2023	Variación	
	M\$	M\$	M\$	%
Efectivo y equivalentes al efectivo	10.813.593	10.795.142	18.451	0,2%
Otros activos financieros corrientes	1.557.007	4.931.250	(3.374.243)	(68,4%)
Otros activos no financieros corrientes	5.350.326	4.605.868	744.458	16,2%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	105.855.033	76.870.639	28.984.394	37,7%
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	45.599.230	25.643.548	19.955.682	77,8%
Inventarios	406.244.531	365.100.992	41.143.539	11,3%
Activos por impuestos corrientes	5.010.993	4.569.737	441.256	9,7%
<b>Activos Corrientes distintos de activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta</b>	<b>580.430.713</b>	<b>492.517.176</b>	<b>87.913.537</b>	<b>17,8%</b>
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta	160.439	160.439	0	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>580.591.152</b>	<b>492.677.615</b>	<b>87.913.537</b>	<b>17,8%</b>
Propiedades, planta y equipo	941.153.272	963.946.565	(22.793.293)	(2,4%)
Activos por impuestos diferidos	58.014.166	52.214.751	5.799.415	11,1%
Otras partidas de activos no corrientes	49.525.616	48.184.825	1.340.791	2,8%
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>1.048.693.054</b>	<b>1.064.346.141</b>	<b>(15.653.087)</b>	<b>(1,47%)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>1.629.284.206</b>	<b>1.557.023.756</b>	<b>72.260.450</b>	<b>4,6%</b>

### Activos Corrientes

Los activos corrientes al 31 de diciembre de 2024 aumentan un 17,8% en relación al 31 de diciembre de 2023, lo que se explica principalmente por:

- a) Otros activos financieros, corrientes disminuyen en M\$3.374.243, principalmente por una disminución en los derivados.
- b) Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar aumentan en M\$28.984.394, debido a las mayores ventas registradas, respecto de igual ejercicio del año anterior y un aumento en los saldos de rebates a cobrar.
- c) El saldo de Cuentas por cobrar a entidades relacionadas aumenta en M\$19.955.682, principalmente por el mayor saldo con Falabella S.A y Falabella Inmobiliario S.A.
- d) Los inventarios aumentan en M\$41.143.539, debido a una normalización de niveles y días de inventario. Además, se procura asegurar una mejor disponibilidad para el primer trimestre 2025 respecto a lo que fue el primer trimestre de 2024.

### Activos no Corrientes

Los activos no corrientes al 31 de diciembre de 2024 presentan una disminución de 1,47% con relación al 31 de diciembre de 2023, explicado por:

- a) Una disminución neta de M\$22.793.293 en Propiedades, plantas y equipos, principalmente por la depreciación del ejercicio por M\$120.505.095 y por venta del terreno y edificio de la tienda de Chiloé y de las instalaciones de la oficina administrativa por M\$9.040.278, compensado por mayores activos por derecho de uso por NIIF 16 por M\$85.074.216 y por adiciones en el ejercicio 2024 por M\$24.269.715, acorde con el plan de inversiones de la Compañía.
- b) Los activos por impuestos diferidos aumentan en M\$5.799.415, principalmente por la valorización de propiedades plantas y equipos e intangibles.
- c) Otras partidas de activos no corrientes aumentan en M\$1.340.791, principalmente por los bonos pronto acuerdo.



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

PASIVOS	31.12.2024	31.12.2023	Variación	
	M\$	M\$	M\$	%
Otros pasivos financieros corrientes	7.454.368	10.762.333	(3.307.965)	(30,7%)
Pasivos por arrendamientos corrientes	73.563.485	65.697.077	7.866.408	12,0%
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes	267.736.977	216.955.180	50.781.797	23,4%
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	165.053.578	73.910.266	91.143.312	123,3%
Otras provisiones corrientes	3.461.024	1.885.440	1.575.584	83,6%
Pasivos por impuestos corrientes	267.891	512.505	(244.614)	(47,7%)
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	33.941.414	32.272.966	1.668.448	5,2%
Otros pasivos no financieros corrientes	19.909.198	21.100.164	(1.190.966)	(5,6%)
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>571.387.935</b>	<b>423.095.931</b>	<b>148.292.004</b>	<b>35,0%</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	41.379.084	44.533.849	(3.154.765)	(7,1%)
Pasivos por arrendamientos no corrientes	742.381.994	732.366.030	10.015.964	1,4%
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	100.752.450	185.502.450	(84.750.000)	(45,7%)
Otras provisiones no corrientes	493.422	467.108	26.314	5,6%
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	40.622.545	36.047.450	4.575.095	12,7%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>925.629.495</b>	<b>998.916.887</b>	<b>(73.287.392)</b>	<b>(7,3%)</b>
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	120.840.169	122.513.789	(1.673.620)	(1,4%)
Participaciones no controladoras	11.426.607	12.497.149	(1.070.542)	(8,6%)
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>132.266.776</b>	<b>135.010.938</b>	<b>(2.744.162)</b>	<b>(2,0%)</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>1.629.284.206</b>	<b>1.557.023.756</b>	<b>72.260.450</b>	<b>4,6%</b>

### Pasivos corrientes

Los pasivos corrientes al 31 de diciembre de 2024 presentan un aumento de 35,0% en relación al 31 de diciembre de 2023, explicado principalmente por:

- Otros pasivos financieros corrientes disminuyen en M\$3.307.965 principalmente por pago de préstamos bancarios.
- Pasivos por arrendamientos corrientes aumenta en M\$7.866.408, principalmente por, renovaciones de contratos y variación de la UF.
- Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar aumentan en M\$50.781.797, principalmente por una mayor importación en el ejercicio, aumento en plazos promedios de pago y menor saldo de Rebates a compensar en cuenta.
- Cuentas por pagar a entidades relacionadas aumenta en M\$91.143.312, explicados principalmente por el traslado del no corriente de uno de los préstamos con Falabella S.A.
- Otras provisiones corrientes aumentan en M\$1.575.584, explicados principalmente por un aumento en las provisiones de juicios civiles.
- Provisión por beneficios a los empleados corrientes, aumenta en M\$1.668.448, explicados principalmente por el aumento en la provisión bonos e incentivos.
- Otros pasivos no financieros corrientes disminuye en M\$1.190.966, explicados principalmente por una disminución en el saldo de las notas de crédito por devolución de los clientes, compensada por el aumento del pasivo por venta no despachadas a clientes.

### Pasivos no corrientes

Los pasivos no corrientes al 31 de diciembre de 2024 presentan una disminución de un 7,3% respecto de los saldos al 31 de diciembre de 2023, explicado principalmente por:

- Otros pasivos financieros no corrientes disminuyen en M\$3.154.765, principalmente por la amortización de la deuda de bonos.
- Pasivos por Arrendamientos no corrientes, aumenta en M\$10.015.964, principalmente por nuevas altas, renovaciones de contratos y variación de la UF.
- Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes disminuyen en M\$84.750.000 principalmente por el traslado al corriente de uno de los préstamos con Falabella S.A.
- Las provisiones por beneficios a los empleados no corrientes aumentan en M\$4.575.095 principalmente por la provisión de beneficios definidos.

### Patrimonio

El Patrimonio total disminuye en M\$2.744.162, explicado por:

- Utilidades generadas a diciembre 2024 por un monto de M\$1.687.297.
- Aumento por resultados integrales producto de la reserva por coberturas de M\$981.363.
- Disminución por resultados integrales producto del cambio de las variables del pasivo actuarial de M\$3.836.091.
- Disminución del resultado por participación minoritaria de M\$1.070.161.
- Disminución por dividendos de M\$506.570.



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

### VII. ANÁLISIS DEL FLUJO DE EFECTIVO

	31.12.2024	31.12.2023	Variación	
	M\$	M\$	M\$	%
Flujos de efectivo de actividades de Operación	64.652.780	242.008.457	(177.355.677)	(73,3%)
Flujos de efectivo de actividades de Inversión	(10.010.881)	(30.516.632)	20.505.751	(67,2%)
Flujos de efectivo de actividades de Financiación	(50.710.299)	(212.795.837)	162.085.538	(76,2%)
<b>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>3.931.600</b>	<b>(1.304.012)</b>	<b>5.235.612</b>	<b>(401,5%)</b>

Al revisar la variación de los principales componentes del flujo de efectivo registrados al 31 de diciembre 2024 y 2023 se puede indicar lo siguiente:

#### a) Flujos netos procedentes de actividades de operación

La disminución en un 73,3% que presenta este flujo, respecto de diciembre 2023, se explica principalmente por un aumento en las compras a proveedores de mercadería.

#### b) Flujos netos utilizados en actividades de inversión

El flujo neto positivo del ejercicio se explica principalmente por el cobro originado de la venta del terreno y edificio de la tienda de Chiloé y por menores pagos de inversiones en Propiedades, plantas y equipos e intangibles, respecto del año anterior.

#### c) Flujos netos utilizados en actividades de financiamiento

Este flujo presenta menores desembolsos netos de un 76,2% en relación con el mismo ejercicio del año pasado, principalmente por menores pagos a Falabella S.A.

### VIII. EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES FINANCIEROS

#### a) Liquidez

	Unidad	31.12.2024	31.12.2023	% var.
Liquidez corriente	Veces	1,02	1,16	(12,1%)
Razón ácida	Veces	0,31	0,30	3,3%

Al comparar el índice de liquidez corriente de diciembre 2024 con el de diciembre de 2023, se aprecia una disminución de 12,1%, debido a que el aumento de los activos corrientes es de un 17,8%, mientras que en los pasivos corrientes es de un 35,0%.

En cuanto al aumento de 3,3% mostrado en el indicador de razón ácida, esto se explica porque los activos corrientes, depurados de los inventarios, aumentan en 36,7% y los pasivos corrientes en un 35,0%.

#### b) Endeudamiento

	Unidad	31.12.2024	31.12.2023	% var.
Razón de endeudamiento	Veces	11,32	10,53	7,5%
Deuda corriente a deuda total	%	38,17	29,75	28,3%
Deuda no corriente a deuda total	%	61,83	70,25	(12,0%)

La razón de endeudamiento aumenta en 7,5%, dado que los pasivos totales aumentan en 5,3%, mientras que el patrimonio disminuye en un 2,08%.

Cobertura de gastos financieros	Unidad	31.12.2024	31.12.2023	% var.
	Veces	0,94	(0,12)	(883,3%)

La cobertura de gastos financieros mejora en 883,3%, producto que el resultado antes de impuestos y costos financieros mejora en un 783,2%, mientras que los costos financieros sin reajustes son de un 15,4%.



## Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A. y Filiales

Santiago, Chile, 31 de diciembre de 2024

### c) Actividad

	Unidad	31.12.2024	31.12.2023	% var.
Total de activos	M\$	1.629.284.206	1.557.023.756	4,6%
Inventario Promedio	M\$	386.862.548	410.037.973	(5,7%)
Rotación de inventarios	Veces	4,43	4,14	7,0%
Permanencia de inventarios	Días	81,23	86,94	(6,6%)

La permanencia de inventarios disminuye principalmente por un menor stock de mercadería. Para los efectos de determinar estos indicadores, se considera el costo de explotación anual, respecto de los inventarios promedio mensuales.

### d) Rentabilidad

	Unidad	31.12.2024	31.12.2023	pbs
Rentabilidad del patrimonio <sup>4</sup>	%	0,46	(29,10)	2.956
Rentabilidad del activo <sup>5</sup>	%	0,04	(2,69)	273
Rendimiento activos operacionales <sup>6</sup>	%	1,74	(0,78)	252
Resultado por acción <sup>7</sup>	\$/acción	0,10	(2,45)	2,54
Margen bruto	%	29,21	28,21	100
Resultado operacional / Ingresos de explotación	%	1,05	(0,51)	156
Gastos financieros / Ingresos de explotación	%	1,80	2,20	(40)
Gastos de adm. ventas / Ingresos de explotación	%	28,17	28,72	(55)

<sup>4</sup> Ganancia sobre patrimonio promedio (dic-24 dic-23 / dic-23 dic-22).

<sup>5</sup> Ganancia sobre activos promedios (dic-24 dic-23 / dic-23 dic-22).

<sup>6</sup> Resultado Operacional sobre activos operacionales promedios (dic-24 dic-23 / dic-23 dic-22).

<sup>7</sup> Resultado de la controladora sobre acciones vigentes de Sodimac S.A.

## IX. VALORACIÓN DE ACTIVOS

La rentabilidad del patrimonio aumenta 2.956 puntos base, respecto de diciembre 2023, lo que se explica principalmente por la mejora del resultado en un 101,4% y una disminución del patrimonio promedio de 12,7%.

La rentabilidad del activo aumenta 273 puntos base, debido a que el resultado mejora en un 101,4% y los activos promedios disminuyen en un 3,7%.

Por su parte, el indicador de rendimiento de los activos operacionales aumenta en 252 puntos base, ya que el resultado operacional mejora en un 308,7% y los activos operacionales promedios en un 5,9%.

Para estos efectos, se consideran activos operacionales: el Efectivo y equivalentes al efectivo, Otros activos financieros corrientes y no corrientes, Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, Inventarios, Activos por impuestos corrientes, Otros activos no financieros corrientes y no corrientes, Propiedades, plantas y equipos, Cuentas por Cobrar no corrientes y Activos intangibles.

La mejora de la utilidad por acción se explica por un mayor resultado de la controladora de 103,9%. El número total de acciones al cierre de ambos ejercicios es el mismo y corresponde a 17.758.158.202.

La Compañía valoriza sus activos de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante "NIIF") y sus interpretaciones, emitidas por el International Accounting Standards Board (en adelante "IASB") vigentes al 31 de diciembre de 2024.

A juicio de la administración, al 31 de diciembre de 2024 no se observan diferencias significativas entre los valores de libros y los valores económicos de los principales activos.

La Sociedad mantiene pólizas de seguro que cubren adecuadamente los riesgos de deterioro, paralización y otros relacionados, respecto de sus activos y patrimonio, todos controlados con compañías de primera línea en el mercado asegurador.

## X. ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

Para el detalle de los principales riesgos que enfrenta la Sociedad, favor referirse a la nota 35 de los Estados Financieros consolidados intermedios, sobre instrumentos financieros y administración del riesgo.



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### Imperial S.A.

La sociedad fue constituida como sociedad anónima cerrada, bajo la razón social de “Sodimac Cuatro S.A.”, por escritura pública de fecha 20 de abril de 2007 bajo el repertorio N° 2026/2007 otorgada en la Notaría de Santiago de don Alberto Mozó Aguilar. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 16.246, número 12.025, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2007, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 25 de abril del mismo año. Con posterioridad, y luego de varias modificaciones, por acuerdo adoptado en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 5 de noviembre del año 2007, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 6 de noviembre del año 2007, otorgada en la Notaría de Santiago de don Enrique Morgan Torres, bajo el repertorio N° 5530-2007, modificó su razón social por la actual, esto es, “Imperial S.A.”. La última modificación de la sociedad fue acordada en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 7 de diciembre del año 2007, cuya acta se redujo a escritura pública con esta misma fecha, bajo el repertorio N° 6.165/2007 otorgada en la Notaría de Santiago de don Enrique Morgan Torres, en que la sociedad absorbió a la filial “Inversiones Imperial S.A.”, produciéndose su disolución, quedando Imperial S.A. como su continuadora legal.

### Objeto Social

El objeto social de la sociedad es la compra, venta, comercialización, fabricación, importación y exportación de mercaderías y otros bienes corporales muebles y la prestación de servicios, y, en especial, la comercialización de materiales de construcción y toda otra actividad relacionada con las anteriores.

### Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2024 el capital de la sociedad es de M\$ 41.162.198, compuesto por un 60% de participación de parte de Sodimac S.A. El patrimonio de Imperial S.A. representa el 1,9% del total de activos de Sodimac Consolidado.

### Relación comercial con la matriz

Compra y venta de productos relacionados con la actividad del giro. La sociedad no ha celebrado actos y contratos con la matriz que influyan significativamente en el resultado de Imperial.

### Directorio

Nombre Apellidos	Cargo
Juan Pablo Del Río Goudie	Presidente
Margarita Cabo Osmer	Directora
Enrique Cabo Osmer	Director
Eduardo Mizón Friedemann	Director
Francisco Torres Larraín	Director
Valentín Carril Muñoz	Director
Alejandro Arze Safian	Director

### Administración

Nombre	Apellidos	Cargo
Rodrigo	Fuenzalida Frugone	Gerente General
Robinson	Martínez Bustos	Gerente Operaciones
Sebastián	Vocke Vieille	Gerente Administración y Finanzas
Javier	Osorio Escobar	Subgerente de TI
Edison	Azúa Cáceres	Contralor
Christian	Trepte Farías	Gerente de Logística
Francisca	Gutiérrez Morales	Gerente de Personas
Francisco	Quiroz Pinnau	Gerente Canales Digitales
Cristián	Herceg Llodra	Gerente Comercial

### Remuneraciones

A los directores y administradores de Sodimac S.A. (matriz), que ejecutan funciones de director o administrador en la sociedad Imperial S.A., no se les paga dieta o remuneración adicional por el ejercicio de dichos cargos.



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### Imperial S.A.

#### Estado de Situación Financiera Clasificados

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Activos Corrientes</b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	1.652.596	1.036.213
Otros activos financieros corrientes	25.796	7.645
Otros activos no financieros corrientes	355.885	389.360
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	24.731.370	20.758.503
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	5.331.091	250.371
Inventarios	35.521.705	33.046.911
Activos por impuestos corrientes	141.338	652.765
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>67.759.781</b>	<b>56.141.768</b>
<b>Activos no Corrientes</b>		
Otros activos no financieros no corrientes	223.718	226.178
Cuentas por cobrar no corrientes	457.212	460.965
Activos intangibles distintos de la plusvalía	3.810.229	4.149.311
Propiedades, plantas y equipos	56.164.099	63.309.799
Activos por impuestos diferidos	4.586.217	2.972.398
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>65.241.475</b>	<b>71.118.651</b>
<b>Activos totales</b>	<b>133.001.256</b>	<b>127.260.419</b>

### Imperial S.A.

#### Estado de Situación Financiera Clasificados

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Pasivos Corrientes</b>		
Otros pasivos financieros corrientes	962.995	4.139.483
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	28.749.243	16.687.593
Pasivos por Arrendamientos, corrientes	8.785.257	8.095.319
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	1.405.386	13.110.738
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	2.319.959	2.099.693
Provisiones, corrientes	2.240.212	215.250
Otros pasivos no financieros corrientes	2.473.549	1.821.441
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>46.936.601</b>	<b>46.169.517</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>		
Pasivos por Arrendamientos, no corrientes	41.808.569	48.178.082
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, no corrientes	14.000.000	-
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	55.817	36.077
<b>Pasivos no corrientes totales</b>	<b>55.864.386</b>	<b>48.214.159</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>102.800.987</b>	<b>94.383.676</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital emitido	41.162.198	41.162.198
Ganancias acumuladas	1.249.129	3.925.603
Otras reservas	(12.211.058)	(12.211.058)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	30.200.269	32.876.743
<b>Patrimonio total</b>	<b>30.200.269</b>	<b>32.876.743</b>
<b>Patrimonio y pasivos totales</b>	<b>133.001.256</b>	<b>127.260.419</b>



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### Imperial S.A.

#### Estado de Resultado por Función

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de Resultado	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	202.866.211	194.698.347
Costo de ventas	(152.863.747)	(146.607.706)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>50.002.464</b>	<b>48.090.641</b>
Costos de distribución	(4.625.654)	(4.681.980)
Gastos de administración	(44.702.918)	(42.702.678)
Otros gastos, por función	(2.282.783)	(2.376.651)
Otras ganancias	339.385	323.474
Ingresos financieros	485.912	234.212
Costos financieros	(3.026.211)	(3.227.484)
Diferencias de cambio	(480.488)	(188.781)
<b>Pérdida antes de impuestos</b>	<b>(4.290.293)</b>	<b>(4.529.247)</b>
Ingreso por impuestos a las ganancias	1.613.819	1.800.407
<b>Pérdida del ejercicio</b>	<b>(2.676.474)</b>	<b>(2.728.840)</b>
<b>Resultado atribuible a</b>		
Los propietarios de la controladora	(2.676.474)	(2.728.840)
<b>Pérdida del ejercicio</b>	<b>(2.676.474)</b>	<b>(2.728.840)</b>
<b>Resultado por acción básica</b>		
	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	\$	\$
Resultado por acción básica	(28,67)	(29,23)

### Imperial S.A.

#### Estado de Resultado Integral

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado del resultado integral	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Pérdida del ejercicio</b>	<b>(2.676.474)</b>	<b>(2.728.840)</b>
<b>Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Resultado integral total</b>	<b>(2.676.474)</b>	<b>(2.728.840)</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**Imperial S.A.****Estado de Cambios en el Patrimonio**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido	Otras reservas	Ganancia acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024</b>	<b>41.162.198</b>	<b>(12.211.058)</b>	<b>3.925.603</b>	<b>32.876.743</b>	<b>32.876.743</b>
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	(2.676.474)	(2.676.474)	(2.676.474)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2.676.474)</b>	<b>(2.676.474)</b>	<b>(2.676.474)</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2024</b>	<b>41.162.198</b>	<b>(12.211.058)</b>	<b>1.249.129</b>	<b>30.200.269</b>	<b>30.200.269</b>

	Capital Emitido	Otras reservas	Ganancias acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2023</b>	<b>41.162.198</b>	<b>(12.211.058)</b>	<b>12.244.131</b>	<b>41.195.271</b>	<b>41.195.271</b>
Incremento por cambios en políticas contables	-	-	1.580.981	1.580.981	1.580.981
<b>Patrimonio reexpresado</b>	<b>41.162.198</b>	<b>(12.211.058)</b>	<b>13.825.112</b>	<b>42.776.252</b>	<b>42.776.252</b>
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	(2.728.840)	(2.728.840)	(2.728.840)
Dividendos	-	-	(7.170.669)	(7.170.669)	(7.170.669)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(9.899.509)</b>	<b>(9.899.509)</b>	<b>(9.899.509)</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2023</b>	<b>41.162.198</b>	<b>(12.211.058)</b>	<b>3.925.603</b>	<b>32.876.743</b>	<b>32.876.743</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**Imperial S.A.****Estado de Flujo de Efectivo**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	239.307.107	235.461.207
Otros cobros por actividades de operación	-	317.229
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(206.790.648)	(187.236.740)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(18.526.843)	(21.074.770)
Otros pagos por actividades de operación	(4.896.601)	(12.439.934)
Impuestos a las ganancias	638.609	1.616.617
Otras entradas de efectivo	85.839	323.476
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación</b>	<b>9.817.463</b>	<b>16.967.085</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo	1.337	-
Compras de propiedades, planta y equipo	(1.424.244)	(2.286.585)
Compras de activos intangibles	(843.477)	(741.414)
Intereses recibidos	214.947	70.927
<b>Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión</b>	<b>(2.051.437)</b>	<b>(2.957.072)</b>

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
Importes procedentes de préstamos	9.703.130	4.504.186
Pago préstamos	(13.068.288)	(4.592.803)
Pasivos a entidades relacionadas, neto	(2.890.908)	(1.620.706)
Dividendos pagados	-	(10.243.812)
Intereses pagados	(1.128.941)	(2.247.206)
Otras entradas de efectivo	230.283	35.916
<b>Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación</b>	<b>(7.154.724)</b>	<b>(14.164.425)</b>
<b>Aumento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio</b>	<b>611.302</b>	<b>(154.412)</b>
Efecto de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	5.081	7.803
<b>Disminución de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>616.383</b>	<b>(146.609)</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	1.036.213	1.182.822
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>1.652.596</b>	<b>1.036.213</b>



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA

La sociedad fue constituida como una sociedad de responsabilidad limitada, bajo la razón social de “Servicios Logísticos Sodilog Limitada”, por escritura pública de fecha 5 de septiembre de 2011, bajo el repertorio N° 5.945/2011, otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 54.622 número 40.226 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2011, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 23 de septiembre del mismo año. Con posterioridad, y luego de varias modificaciones, por escritura pública de fecha 10 de julio de 2018 otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio N° 67.573/2018, modificó su razón social por la actual, esto es, “Logística Internacional Limitada”. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 54.820, número 28.263, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2018, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 23 de julio del mismo año.

### Objeto Social

El objeto de la sociedad es: Uno. El transporte terrestre, marítimo y lacustre de toda clase de bienes muebles, dentro y fuera del país en vehículos propios, tomados en arrendamiento o en leasing o encomendado a terceros, la prestación de servicios de mudanza, embalajes y la asesoría y prestación de servicios de puerto y de aduanas. Dos. La prestación de los servicios de almacenaje de mercaderías, en bodegas propias o de terceros, la prestación de servicios de acopio de contenedores; construir, operar y administrar terminales de carga general, de contenedores o de otras especies, prestación de servicios de estiba y desestiba de todo tipo de cargas y prestación del servicio de distribución de mercaderías. Tres. La importación y exportación de toda clase de mercancías propias o ajenas, incluyendo la importación para transformación o ensamble para todo tipo de productos y los actos accesorios a estas operaciones. Cuatro. La prestación de toda clase de asesorías y servicios relacionados con la contratación de seguros. Cinco. La compra, venta, comercialización, fabricación, importación y exportación de mercaderías y otros bienes corporales muebles y la prestación de servicios, y, en especial, la comercialización de materiales de construcción y toda otra actividad relacionada con las anteriores. Seis. Podrá la sociedad formar parte de otras sociedades de cualquier naturaleza que ellas sean y ejecutar todo otro negocio que los socios acuerden.

### Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2024, el capital de la sociedad es de M\$ 100.000, con un 99,99% de participación de parte de Sodimac S.A. y un 0,01% de participación de Inversiones Parmin SpA. El patrimonio de Logística Internacional Limitada representa el 0,3% del total de activos de Sodimac Consolidado.

### Relación comercial con la matriz

Operaciones de logística, para lo cual la sociedad mantiene un contrato de servicios logísticos con Sodimac S.A., que no afecta significativamente en sus resultados.



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### Remuneraciones

Los directores y administradores de Sodimac S.A. (matriz), que desempeñan funciones en la sociedad Logística Internacional Limitada no reciben remuneración adicional por el ejercicio de dichas funciones.

#### Administración de Logística Internacional Limitada y su relación con la sociedad matriz:

Nombre	Cargo en Sodimac S.A. y su Matriz	Cargo en Logística Internacional Limitada
Juan Pablo del Río Goudie	Presidente del Directorio Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Alejandro González Dale	Gerente General Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase A
Alejandro Arze Safian	Gerente General Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Eduardo Mizón Friedemann	Gerente General Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Gonzalo Smith Ferrer	Gerente Corporativo de Asuntos Legales y Gobernanza Falabella S.A.	Apoderado clase A
Fabio de Petris Duarte	Gerente Administración y Finanzas Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase A
María Carolina Bascuñán Vargas	Gerente Regional Personas Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisco Torres Larraín	Gerente Comercial y Marketing Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Ignacio Monteverde	Gerente Comercial, Marketing y Ventas a Distancia Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Mariano Imberga	Gerente de Operaciones Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisco Errázuriz López	Gerente General IKEA	Apoderado clase B

Nombre	Cargo en Sodimac S.A. y su Matriz	Cargo en Logística Internacional Limitada
Francisco Pirozzi Jabat	Gerente Cadena de Abastecimiento Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Juan Cristóbal López Herreros	Gerente Sell Out E-commerce Regional y Chile	Apoderado clase B
Mauricio Flores Vilches	Gerente Corporativo Logística Internacional Limitada	Apoderado clase B
Juan Pablo Harrison Calvo	Gerente de Finanzas Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
Pablo Aguirre Rigo-Righi	Gerente de Gestión Financiera Corporativo Falabella S.A.	
Claudia Castro Hruska	Gerente de Personas Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Constanza Varea Uribe	Gerente Corporativo Transporte Internacional	Apoderado clase C
Vanessa Barrios Rioseco	Gerente Corporativo Transporte Internacional	Apoderado clase C
Luis José Núñez Melli	Gerente Corporativo de Operaciones Financieras Falabella S.A.	Apoderado clase C



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA

#### Estado de Situación Financiera Clasificados

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

ACTIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Activos Corrientes</b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	49.573	25.584
Otros activos no financieros corrientes	16.898	12.103
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	3.297.913	1.175.252
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	3.001.829	4.829.985
Activos por impuestos corrientes	317.120	-
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>6.683.333</b>	<b>6.042.924</b>
<b>Activos no Corrientes</b>		
Otros activos no financieros no corrientes	19.125	18.562
Propiedades, plantas y equipos	7.492	61.146
Activos por impuestos diferidos	103.234	290.315
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>129.851</b>	<b>370.023</b>
<b>Activos totales</b>	<b>6.813.184</b>	<b>6.412.947</b>

### LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA

#### Estado de Situación Financiera Clasificados

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Pasivos Corrientes</b>		
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	600.250	371.807
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	43.887	352.384
Pasivos por impuestos corrientes	252.410	394.593
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	447.450	479.860
Otros pasivos no financieros corrientes	171.909	10.018
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>1.515.906</b>	<b>1.608.662</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>		
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	97.001	73.055
<b>Pasivos no corrientes totales</b>	<b>97.001</b>	<b>73.055</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>1.612.907</b>	<b>1.681.717</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital emitido	100.000	100.000
Ganancias acumuladas	5.077.210	4.605.441
Otras reservas	23.067	25.789
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	5.200.277	4.731.230
<b>Patrimonio total</b>	<b>5.200.277</b>	<b>4.731.230</b>
<b>Patrimonio y pasivos totales</b>	<b>6.813.184</b>	<b>6.412.947</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA****Estado de Resultados por Función**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de Resultado	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	14.838.674	7.311.066
Costo de ventas	(6.504.650)	(2.957.053)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>8.334.024</b>	<b>4.354.013</b>
Gastos de administración	(2.463.397)	(2.020.778)
Otros (gastos) ingresos por función	(169.409)	162.071
Otras ganancias	12.367	25.890
Ingresos financieros	144.334	174.537
Costos financieros	18.950	15.248
Diferencias de cambio	(16.867)	(65.467)
<b>Ganancia antes de impuestos</b>	<b>5.860.002</b>	<b>2.645.514</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	(1.575.299)	(664.248)
<b>Ganancia del ejercicio</b>	<b>4.284.703</b>	<b>1.981.266</b>
<b>Ganancia atribuible a</b>		
Los propietarios de la controladora	4.284.703	1.981.266
<b>Ganancia del ejercicio</b>	<b>4.284.703</b>	<b>1.981.266</b>

**LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA****Estado de Resultados Integral**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado del resultado integral	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Ganancia</b>	4.284.703	1.981.266
<b>Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos</b>		
(Pérdida) ganancia actuariales por planes de beneficios definidos	(3.728)	6.023
<b>Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales</b>		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	1.006	(1.625)
<b>Total otro resultado integral</b>	<b>(2.722)</b>	<b>4.398</b>
<b>Resultado integral total</b>	<b>4.281.981</b>	<b>1.985.664</b>
<b>Resultado integral atribuible a</b>		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	4.281.981	1.985.664
<b>Resultado integral total</b>	<b>4.281.981</b>	<b>1.985.664</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA****Estado de Cambios en el Patrimonio**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido	Reservas de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Ganancia acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024</b>	<b>100.000</b>	<b>25.789</b>	<b>4.605.441</b>	<b>4.731.230</b>	<b>4.731.230</b>
Cambios en Patrimonio					
Ganancia del ejercicio	-	-	4.284.703	4.284.703	4.284.703
Otro resultado integral	-	(2.722)	-	(2.722)	(2.722)
Dividendos	-	-	(3.812.934)	(3.812.934)	(3.812.934)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>(2.722)</b>	<b>471.769</b>	<b>469.047</b>	<b>469.047</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2024</b>	<b>100.000</b>	<b>23.067</b>	<b>5.077.210</b>	<b>5.200.277</b>	<b>5.200.277</b>
	Capital Emitido	Reservas de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Ganancias acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2023</b>	<b>100.000</b>	<b>21.392</b>	<b>2.624.174</b>	<b>2.745.566</b>	<b>2.745.566</b>
Cambios en Patrimonio					
Ganancia del ejercicio	-	-	1.981.266	1.981.266	1.981.266
Otro resultado integral	-	4.398	-	4.398	4.398
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>4.398</b>	<b>1.981.266</b>	<b>1.985.664</b>	<b>1.985.664</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2023</b>	<b>100.000</b>	<b>25.790</b>	<b>4.605.440</b>	<b>4.731.230</b>	<b>4.731.230</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA****Estado de Flujos de Efectivo**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	13.888.639	10.412.840
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(7.957.056)	(3.858.625)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1.429.558)	(1.576.005)
Otros pagos por actividades de operación	(677.047)	(583.347)
Impuestos a las ganancias (pagados)	(1.826.470)	(317.621)
Otras (salidas) entradas de efectivo	(12.502)	31.431
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación</b>	<b>1.986.006</b>	<b>4.108.673</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
Pasivos a entidades relacionadas, neto	1.819.657	(4.146.899)
Compras de propiedades, planta y equipo	-	(2.250)
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<b>1.819.657</b>	<b>(4.149.149)</b>

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024	01.01.2023
	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo utilizados en actividades de financiación</b>		
Dividendos pagados	(3.812.934)	-
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de financiación</b>	<b>(3.812.934)</b>	<b>-</b>
<b>Disminución en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio</b>	<b>(7.271)</b>	<b>(40.476)</b>
Efecto de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	31.260	12.434
<b>Disminución de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>23.989</b>	<b>(28.042)</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	25.584	53.626
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>49.573</b>	<b>25.584</b>



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### TRAINEEMAC S.A.

La sociedad fue constituida como sociedad anónima cerrada, por escritura pública de fecha 24 de diciembre de 2008, bajo el repertorio N° 6.397/2008, otorgada en la Notaría de Santiago de Enrique Morgan Torres. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 7.181, número 4.646, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2009, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 7 de febrero de 2009. Con posterioridad, por acuerdo adoptado en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 26 de marzo de 2021, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 31 de marzo del año 2021, otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio N° 32.293/2021, la sociedad acordó modificar el objeto social, en el sentido de señalar expresamente como giro único y exclusivo la prestación de servicios de capacitación. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 26.237 número 2.155 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2021, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 5 de abril del mismo año.

### Objeto Social

El objeto único y exclusivo de la Sociedad es la prestación de servicios de capacitación.

### Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2024, el capital de la sociedad es de M\$10.000, con un 99,99999% de participación de parte de Sodimac S.A. y un 0,00001% de participación en Inversiones Parmin SpA. El patrimonio de Traineemac S.A. representa el 0,01% del total de activos de Sodimac Consolidado.

### Relación comercial con la matriz

Capacitación al personal, para lo cual la sociedad mantiene un contrato de servicios de capacitación, seminarios y otros con la matriz, que no afecta significativamente sus resultados.

### Remuneraciones

Los directores y administradores de Sodimac S.A. (matriz), que desempeñan funciones en la sociedad Traineemac S.A. no reciben remuneración adicional por el ejercicio de dichas funciones.

### Directorio y Relación con la sociedad matriz

El Directorio de Traineemac S.A. está compuesto por 3 miembros, que duran 3 años en sus funciones. En Junta Ordinaria de Accionistas del 12 de abril de 2022 fueron elegidos los actuales directores de la Sociedad por el periodo estatutario de 3 años.

Al 31 de diciembre de 2024, el Directorio de Traineemac S.A. estaba compuesto por los siguientes miembros:

- Eduardo Mizón Friedemann
- Claudia Castro Hruska
- Ignacio Román Moreno

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**Administración de Traineemac S.A. y su relación con Sodimac S.A. y su matriz**

Nombre	Cargo en Sodimac S.A. y su Matriz	Cargo en Logística Internacional Limitada
Juan Pablo del Río Goudie	Presidente del Directorio Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Alejandro González Dale	Gerente General Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase A
Alejandro Arze Safian	Gerente General Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Eduardo Mizón Friedemann	Gerente General Sodimac S.A.	Presidente del Directorio
Gonzalo Smith Ferrer	Gerente Corporativo de Asuntos Legales y Gobernanza	Apoderado clase A
Fabio de Petris Duarte	Gerente Administración y Finanzas Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Claudia Castro Hruska	Gerente de Personas Sodimac S.A.	Directora
Francisco Torres Larraín	Gerente Comercial y Marketing Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Ignacio Monteverde	Gerente Comercial, Marketing y Ventas a Distancia Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Mariano Imberga	Gerente de Operaciones Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Ignacio Román Moreno	Gerente de Productividad Laboral e Innovación Sodimac S.A.	Director
Francisco Pirozzi Jabat	Gerente Cadena de Abastecimiento Sodimac S.A.	Apoderado clase B

Nombre	Cargo en Sodimac S.A. y su Matriz	Cargo en Logística Internacional Limitada
Francisca Nuñez Regauer	Gerente de Administración y Control de Gestión Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Juan Pablo Harrison Calvo	Gerente de Finanzas Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
Pablo Aguirre Rigo-Righi	Gerente de Gestión Financiera Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
María Carolina Auad Selman	Gerente de Marketing Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Gabriel Aste Díaz	Gerente Construcción y Ferretería Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Alyson Yevenes	Subgerente de Licitaciones y Compras Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Erick Hernández La Torre	Gerente Financiamiento y Crédito Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Luis José Núñez Melly	Gerente Corporativo de Operaciones Financieras Falabella S.A.	Apoderado clase C

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**TRAINEEMAC S.A.****Estado de Situación Financiera Clasificados**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

ACTIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Activos Corrientes</b>		
Otros activos no financieros corrientes	-	2.177
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	55.775	410
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	324.024	805.143
Activos por impuestos corrientes	-	121
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>379.799</b>	<b>807.851</b>
<b>Activos no Corrientes</b>		
Otros activos no financieros no corrientes	488	-
Activos por impuestos diferidos	6.320	7.719
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>6.808</b>	<b>7.719</b>
<b>Activos totales</b>	<b>386.607</b>	<b>815.570</b>

**TRAINEEMAC S.A.****Estado de Situación Financiera Clasificados**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2024	31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Pasivos Corrientes</b>		
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	127.627	39.314
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	67.013	183.471
Pasivos por impuestos corrientes	15.480	117.912
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	16.892	15.499
Otros pasivos no financieros corrientes	-	1.402
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>227.012</b>	<b>357.598</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>		
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	18.120	15.408
<b>Pasivos no corrientes totales</b>	<b>18.120</b>	<b>15.408</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>245.132</b>	<b>373.006</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital emitido	10.000	10.000
Ganancias acumuladas	141.654	441.349
Otras reservas	(10.179)	(8.785)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	141.475	442.564
<b>Patrimonio total</b>	<b>141.475</b>	<b>442.564</b>
<b>Patrimonio y pasivos totales</b>	<b>386.607</b>	<b>815.570</b>



## Información sobre filiales

Al 31 de diciembre de 2024

### TRAINEEMAC S.A.

#### Estado de Resultados por Función

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de Resultados	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	909.256	1.173.032
Costo de ventas	(487.469)	(263.333)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>421.787</b>	<b>909.699</b>
Gastos de administración	(172.004)	(145.761)
Otras (pérdidas) ganancias	(207)	558
Ingresos financieros	24.770	49.712
Costos financieros	(605)	(2.895)
<b>Ganancia antes de impuestos</b>	<b>273.741</b>	<b>811.313</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	(71.378)	(218.357)
<b>Ganancia del ejercicio</b>	<b>202.363</b>	<b>592.956</b>
<b>Ganancia atribuible a</b>		
Los propietarios de la controladora	202.363	592.956
<b>Ganancia del ejercicio</b>	<b>202.363</b>	<b>592.956</b>

### TRAINEEMAC S.A.

#### Estado de Resultado Integral

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de Resultado Integral	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Ganancia</b>	<b>202.363</b>	<b>592.956</b>
<b>Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos</b>		
(Pérdida) ganancia actuariales por planes de beneficios definidos	(1.910)	2.493
<b>Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales</b>		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	516	(673)
<b>Total otro resultado integral</b>	<b>(1.394)</b>	<b>1.820</b>
<b>Resultado integral total</b>	<b>200.969</b>	<b>594.776</b>
<b>Resultado integral atribuible a</b>		
Los propietarios de la controladora	200.969	594.776
<b>Resultado integral total</b>	<b>200.969</b>	<b>594.776</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**TRAINEEMAC S.A.****Estado de Cambios en el Patrimonio**

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Ganancia acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024</b>	<b>10.000</b>	<b>(8.785)</b>	<b>441.349</b>	<b>442.564</b>	<b>442.564</b>
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	202.363	202.363	202.363
Otro resultado integral	-	(1.394)	-	(1.394)	(1.394)
Dividendos	-	-	(502.058)	(502.058)	(502.058)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>(1.394)</b>	<b>(299.695)</b>	<b>(301.089)</b>	<b>(301.089)</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2024</b>	<b>10.000</b>	<b>(10.179)</b>	<b>141.654</b>	<b>141.475</b>	<b>141.475</b>
	Capital Emitido	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Ganancia acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2023</b>	<b>10.000</b>	<b>(10.605)</b>	<b>26.280</b>	<b>25.675</b>	<b>25.675</b>
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	592.956	592.956	592.956
Otros resultado integral	-	1.820	-	1.820	1.820
Dividendos	-	-	(177.887)	(177.887)	(177.887)
<b>Total de cambios patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>1.820</b>	<b>415.069</b>	<b>416.889</b>	<b>416.889</b>
<b>Saldo final ejercicio al 31/12/2023</b>	<b>10.000</b>	<b>(8.785)</b>	<b>441.349</b>	<b>442.564</b>	<b>442.564</b>

**Información sobre filiales**

Al 31 de diciembre de 2024

**TRAINEEMAC S.A.****Estado de Flujo de Efectivo**

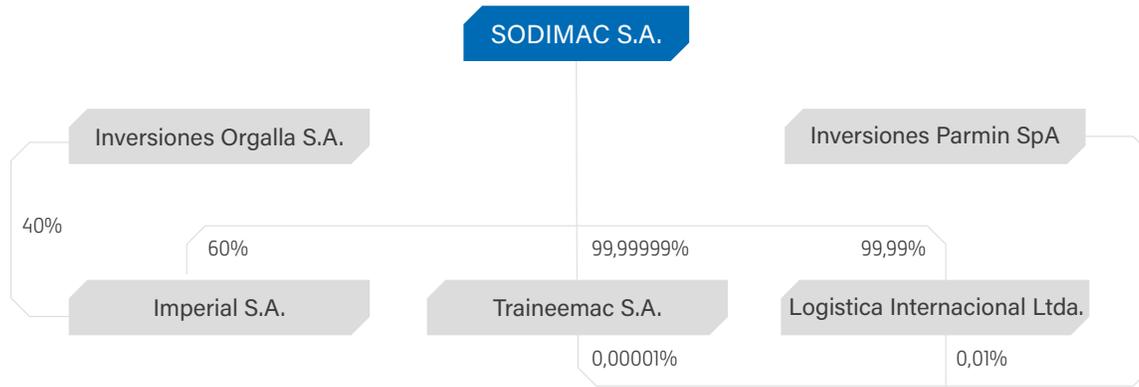
Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	853.481	1.208.428
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(461.839)	(316.065)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(103.393)	(80.636)
Otros pagos por actividades de operación	(3.456)	(4.373)
Impuestos a las ganancias pagados	(172.349)	(300.301)
Otras ingresos de efectivo	903	3.010
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación</b>	<b>113.347</b>	<b>510.063</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
Pasivos a entidades relacionadas, neto	505.889	(535.652)
<b>Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<b>505.889</b>	<b>(535.652)</b>

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2024 31.12.2024	01.01.2023 31.12.2023
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo utilizados en actividades de financiación</b>		
Dividendos pagados	(619.236)	-
<b>Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación</b>	<b>(619.236)</b>	<b>-</b>
<b>Disminución en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio</b>	<b>-</b>	<b>(25.589)</b>
Disminución de efectivo y equivalentes al efectivo	-	(25.589)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	-	25.589
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



## Relación de propiedad directa e indirecta entre Sodimac y subsidiarias



Sodimac no tiene otras inversiones que representen más del 20% del activo total de alguna entidad, y que no revistan el carácter de subsidiarias o asociadas.

## Declaración de responsabilidad y suscripción de la Memoria

Los señores directores de Sodimac S.A., tomaron conocimiento y declaran bajo juramento su responsabilidad respecto de la veracidad de toda la información en la presente Memoria Anual.

*Juan Pablo del Río G*

Juan Pablo del Río G (3 abr., 2025 13:44 ADT)

**Sr. Juan Pablo del Río Goudie**  
RUT: 5.898.685-2  
Presidente

*Víctor Pucci L*

Víctor Pucci L (3 abr., 2025 12:22 ADT)

**Sr. Víctor Pucci Labatut**  
RUT: 6.474.224-8  
Director

*Sebastián Arispe K*

Sebastián Arispe K. (3 abr., 2025 15:37 ADT)

**Sr. Sebastián Arispe Karlezi**  
RUT: 15.636.728-1  
Director

**Sr. Gonzalo Rojas Vildósola**  
RUT: 6.179.689-4  
Director

*Jaime García R*

Jaime García R (3 abr., 2025 12:25 ADT)

**Sr. Jaime García Rioseco**  
RUT: 5.894.661-3  
Director

*Agustín Solari*

Agustín Solari (3 abr., 2025 15:34 ADT)

**Sr. Agustín Solari Álvarez**  
RUT: 8.458.863-6  
Director

*Manuel Cristóbal Hurtado Rourke*

**Sr. Manuel Cristóbal Hurtado Rourke**  
RUT: 13.038.050-6  
Director

*Sandro Solari D.*

Sandro Solari D. (3 abr., 2025 13:26 ADT)

**Sr. Sandro Solari Donaggio**  
RUT: 9.585.729-9  
Director

*Elizabeth Lehmann*

Elizabeth Lehmann (3 abr., 2025 15:03 EDT)

**Sra. Elizabeth Lehmann Cosoi**  
RUT: 11.625.647-9  
Directora

*Eduardo Mizón Friedemann*

Eduardo Mizón Friedemann (3 abr., 2025 12:17 ADT)

**Sr. Eduardo Mizón Friedemann**  
RUT: 9.586.083-4  
Gerente General Sodimac S.A.



**Diseño y producción:**

Espacio Vital

[www.espaciovital.cl](http://www.espaciovital.cl)

Equipo de Contenidos de Sodimac

**Redacción y edición de texto:**

Transparentia Consultores

**Fotografías:**

Archivo Fotográfico Sodimac



# Memoria Anual 2024

A photograph of a Homecenter SODIMAC store, framed within a large white triangle. The store's facade is white with blue accents. The words "HOMECENTER" and "SODIMAC" are displayed in large, bold, blue and red letters respectively. A stylized house icon is positioned to the left of the "SODIMAC" text. In the background, there are brown, rocky mountains under a clear sky. A sign for "Bienvenidos" is visible on the store's entrance.

**HOMECENTER**  
 **SODIMAC**