



Reporte de Sostenibilidad

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

Perú - 2025

Contenido

Sobre este Reporte	3
Nuestros Hitos 2025	4
Reconocimientos 2025	5
Una mirada al sector	6
Acerca de nosotros	7
Carta del Gerente General	8

Capítulo 1:	
Somos Sodimac y Maestro	9
1.1 Nuestro propósito	10
1.2 Estrategia de negocio	10
1.3 Gestión de Sostenibilidad	12
1.4 Temas materiales del negocio	19

Capítulo 2:	
Lideramos con ética y responsabilidad	21
2.1 Estructura de gobierno	22
2.2 Desempeño económico	27
2.3 Innovación y desarrollo	28
2.4 Ética e Integridad	31
2.5 Gestión de riesgos	34
2.6 Derechos humanos	38
2.7 Ciberseguridad	39

Capítulo 3:	
Nos apasionamos por el cliente	40
3.1 Experiencia del cliente	42
3.2 Seguridad y Salud del producto	44
3.3 Economía Circular y Consumo responsable	47
3.4 Ética publicitaria	47

Capítulo 4:	
Comprometidos con una cadena sostenible	49
4.1 Cadena de aprovisionamiento responsable	50
4.2 Gestión sostenible de proveedores	51
4.3 Satisfacción de proveedores	53

Capítulo 5:	
Somos un solo equipo	54
5.1 Gestión del talento laboral	55
5.2 Alineamiento organizacional	61
5.3 Seguridad y Salud en el trabajo	68
5.4 Diversidad e inclusión	74

Capítulo 6:	
Fortalecemos vínculos con la comunidad	78
6.1 Gestión del entorno	79
6.2 Inversión social y voluntariado corporativo	79

Capítulo 7:	
Cuidamos la casa de todos	81
7.1 Gestión y desempeño ambiental	82
7.2 Huella de carbono	83
7.3 Ecoeficiencia operacional	83

Anexos	
Anexo 1: Índices de contenidos GRI	89
Anexo 2: Índice de contenido SASB	94
Anexo 3: Índice del Pacto Mundial	96
Anexo 4: Indicadores propios y tablas GRI	97

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Perú
2025

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.



Sobre este Reporte

GRI 2-2, GRI 2-3

Presentamos nuestro duodécimo reporte de sostenibilidad donde destacamos los resultados y desafíos de nuestro desempeño integral. La presente edición abarca nuestras operaciones del 1 de enero al 31 de diciembre del 2025, e incluye todas las actividades realizadas por Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. y Sodimac Perú Oriente S.A.C que están reflejadas en nuestros estados financieros anuales consolidados. Este reporte ha sido elaborado siguiendo estándares como el Global Reporting Initiative (GRI), el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Directrices de las Empresas Multinacionales (OCDE) y marcos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); lo que nos permite comunicar de manera clara, universal y transparente nuestra conducta ambiental, social y de gobernanza. Se han integrado las contribuciones de las marcas Sodimac, Sodimac Constructor y Maestro para reflejar las iniciativas y resultados de nuestra gestión de sostenibilidad. A lo largo de este documento se detallan los resultados y el progreso de las principales iniciativas del negocio y la estrategia de sostenibilidad. Para cualquier consulta relacionada con este informe, los invitamos a contactarse con Ana Del Pilar Trigueros, al correo electrónico atriguerosa@sodimac.com.pe





Nuestros Hitos 2025



68.2

puntos de NPS, alcanzando un nivel récord de satisfacción.



5.1%

de Crecimiento de ventas, impulsado por los **14 proyectos de transformación de tiendas.**



4,368,079

Clientes activos.



136,154

de horas de capacitación.



3,500

Clientes profesionales forman parte del programa **Círculo de Especialistas**



7% de reducción en la tasa de accidentabilidad laboral

VS 2024 por aplicar nuestra campaña "Cero excusas, cero accidentes".



66.7%
de energía

proviene de fuentes renovables.



20 toneladas de residuos reciclados

en nuestros Puntos Limpios (13 toneladas más VS 2024).



60%
de reducción

de la Huella de Carbono desde 2021.



Reconocimientos 2025



Distintivo Empresa con Gestión Sostenible

Por 12vo año consecutivo, recibimos este reconocimiento, otorgado por Perú Sostenible, que destaca nuestro desempeño social, ambiental y de gobernanza alineado a estándares internacionales. Además, obtuimos un reconocimiento especial en la categoría de "Ética e Integridad".



Ranking Par Aequales

Este ranking reconoce a las empresas con las mejores prácticas de diversidad, inclusión y equidad de género. Formamos parte del top 5 de las empresas con más de 1000 asesores/as y del top 7 de las empresas en el Perú.



Ranking Merco Empresas

Somos parte de la lista de 100 empresas con mejor reputación en el Perú. Obtuvimos, por tercer año consecutivo, el 1er puesto en la categoría de Retail Especializado. Además, logramos el puesto 12 en el ranking general, escalando 10 posiciones respecto del año anterior.



Compromisos Pride Connection

Por quinto año consecutivo, hemos firmado la Declaración de Compromisos Pride Connection Perú en la que, a través de 10 lineamientos, nos sumamos al grupo de empresas que continúa trabajando contra la discriminación por orientación sexual, identidad o expresión de género en el Perú.



Ranking Merco Responsabilidad ESG

Somos unas de las 100 empresas en el Perú con mejor gestión ambiental, social y de gobierno corporativo: 1er puesto en nuestra categoría y puesto 19 en el ranking general.



CX INDEX

Por segundo año consecutivo, obtuvimos el 1er puesto como empresa con mejor experiencia al cliente en la categoría mejoramiento del hogar. Además, esta categoría se posicionó dentro del Top 3 del ranking general con los mejores indicadores de NPS. CX Index es un ranking que reconoce a las organizaciones por destacar en las dimensiones de marca, producto, servicio y experiencia emocional.



Ranking Merco Talento

Somos parte de la lista de 100 empresas en el Perú con mejor atracción y retención del talento. Obtuvimos el 1er puesto en la categoría de Retail Especializado. Asimismo, ocupamos el puesto 15 en el ranking general, escalando 45 posiciones respecto del año anterior.

Una mirada al sector




Sector Retail

El retail mantuvo en 2025 un crecimiento sostenido, apoyado en la recuperación del consumo privado, un entorno de inflación controlada y la mejora progresiva del empleo formal. Este desempeño permitió que el sector consolidara su papel como uno de los principales motores de los sectores no primarios de la economía, junto con servicios y construcción, reforzando su contribución al crecimiento económico. A lo largo del año, la estrategia de las empresas del sector estuvo marcada por el avance de la digitalización, la expansión de formatos de cercanía y un mayor foco en la optimización de costos para sostener márgenes en un contexto de alta competencia y sensibilidad al precio.



Generación de Empleo

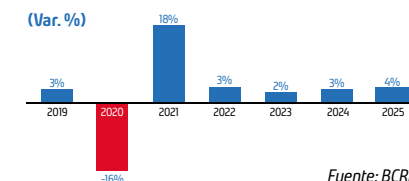
El empleo formal en el Perú registró en junio 2025 un crecimiento de 4,7 % en comparación con el mismo mes de 2024, lo que equivale a la creación de 272.000 nuevos puestos de trabajo. Lima Metropolitana concentró cerca de la mitad del empleo formal del sector, consolidándose como el principal eje de dinamismo comercial del país.



Evolución del PBI

El sector comercio en el Perú ha mostrado una recuperación progresiva en los últimos años, consolidando una senda de crecimiento más estable hacia 2025. Tras el rebote inicial, el desempeño reciente del PBI del comercio refleja un crecimiento sostenido, apoyado en la recuperación del consumo privado, la mejora del empleo formal y un entorno de inflación controlada.

PBI Comercio




Desafíos 2025

- El consumidor mantuvo una alta sensibilidad al precio, priorizando promociones y consumo básico.
- Persistieron presiones sobre márgenes por costos logísticos y operativos.
- Crecimiento desigual por regiones, con mayor dinamismo en Lima frente a algunas zonas del interior del país.



Proyecciones 2026

- El primer trimestre sería dinámico, con una moderación temporal en el segundo trimestre por el contexto electoral.
- El desempeño estará condicionado por el consumo privado, el empleo formal y factores climáticos.

Acerca de nosotros

GRI 2-1

Somos Sodimac y Maestro, una empresa del sector retail que opera en el país desde hace 20 años, líderes en el mejoramiento del hogar y la construcción. Ofrecemos un catálogo de más de 200,000 productos y soluciones para nuestros clientes, a través de un excelente servicio, integridad en el trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad. Operamos en Perú bajo 3 marcas:



Y, como parte del Grupo Falabella, guiamos nuestro servicio con el propósito de Simplificar y disfrutar más la vida. Las operaciones de Sodimac se encuentran, además de Perú, en seis países latinoamericanos:

- Chile
- Colombia
- Argentina
- Brasil
- Uruguay
- México



54 tiendas
en todo el país

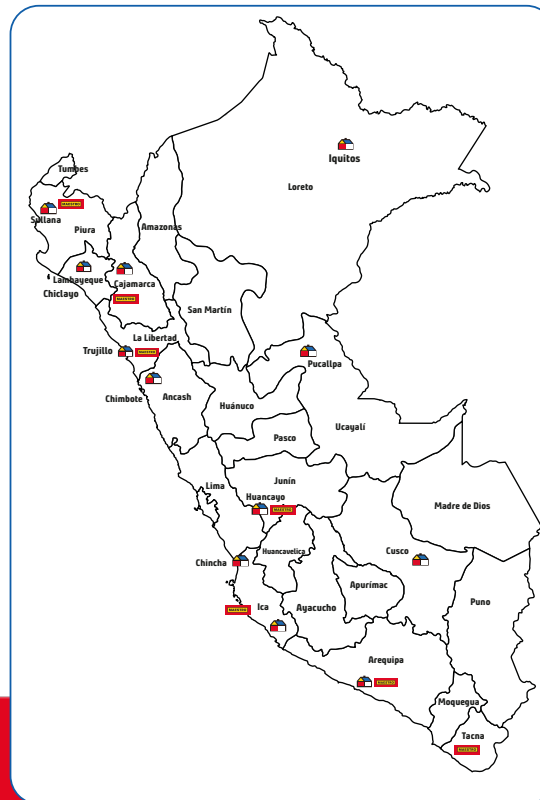


30 Tiendas en Lima
24 Tiendas en Regiones
01 Centro de distribución
01 Oficina de Apoyo (Central)
 Tenemos presencia en Av. Angamos 1805 Surquillo - Lima



Tenemos presencia en
7 países
de la región

Distribución de tiendas a nivel nacional



Carta del Gerente General

GRI 2-22

Estimados grupos de interés:

Me complace presentar nuestro Reporte de Sostenibilidad 2025 de Sodimac y Maestro, un documento que refleja nuestro compromiso con una gestión responsable, transparente y orientada a la creación de valor sostenible en el Perú.

Durante 2025, el sector retail inició un proceso de recuperación progresiva, en un contexto de mayor estabilidad macroeconómica, aunque aún marcado por desafíos asociados a la sensibilidad del consumidor y a la presión sobre los costos operativos. En este entorno, reafirmamos nuestro propósito de juntos construir sueños y proyectos de hogar, avanzando con determinación en la ejecución de nuestra estrategia de negocio y sostenibilidad.

Desempeño económico sólido y crecimiento sostenible

Durante el 2025, alcanzamos un crecimiento de ventas de 5.1 %, impulsado por la ejecución de 14 proyectos de transformación de tiendas, los cuales fortalecieron nuestra propuesta de valor y la experiencia omnicanal. En este marco, nuestras ventas netas ascendieron a S/3,253 millones, mientras que el EBITDA alcanzó los S/215.7 millones, reflejando una mejora significativa en la eficiencia operativa.

Asimismo, incrementamos nuestro índice de rentabilidad (ROE) a 5.32 %, consolidando un modelo de negocio sustentado en tres pilares fundamentales: rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento. Este desempeño nos permitió generar un valor económico retenido de S/520

millones, fortaleciendo nuestra capacidad de inversión y desarrollo futuro.

Excelencia en la experiencia del cliente y transformación digital

Uno de los principales hitos del año fue alcanzar un NPS de 68.2 puntos, el nivel más alto en nuestra historia, lo que evidencia el impacto positivo de nuestras iniciativas de transformación. En línea con ello, atendimos a más de 4.3 millones de clientes activos, fortaleciendo nuestra relación con cada uno de ellos.

De manera complementaria, impulsamos la digitalización de nuestras operaciones mediante la incorporación de soluciones de autoservicio, inteligencia artificial y analítica avanzada. Entre los principales avances destacan el incremento al 82 % en la resolución en el primer contacto, la reducción de los tiempos de atención y la implementación de herramientas que optimizan la experiencia tanto en tienda como en los canales digitales.

Compromiso con nuestros asesores y desarrollo del talento

Nuestro equipo, compuesto por más de 7,100 asesores y asesoras, continúa siendo el motor de nuestro crecimiento. Durante el 2025, invertimos en su desarrollo con más de 136,154 horas de capacitación, fortaleciendo sus capacidades y promoviendo una cultura de aprendizaje continuo.

En materia de seguridad y salud en el trabajo, logramos una reducción del 7 % en la tasa de accidentabilidad, como resultado de la implementación de nuestra campaña "Cero excusas, cero accidentes". Asimismo, avanzamos en diversidad e inclusión, alcanzando un 41.7 % de mujeres en posiciones de liderazgo, superando las metas trazadas.

Gestión ambiental y acción climática

Reafirmamos nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental a través de avances concretos en la gestión

de nuestra huella. En 2025, logramos que el 66.7 % de nuestra energía provenga de fuentes renovables y alcanzamos una reducción del 60 % de nuestra huella de carbono respecto al 2021.

En paralelo, fortalecimos nuestras iniciativas de economía circular, reciclando 20 toneladas de residuos en nuestros Puntos Limpios, lo que representa un incremento significativo frente al año anterior. Además, continuamos ampliando nuestro portafolio de productos sostenibles, alcanzando 1,855 productos con atributos ambientales o sociales.

Gobernanza, ética y confianza

Nuestra gestión se sustenta en una sólida estructura de gobierno corporativo y en una cultura organizacional basada en la integridad. Durante el año, fortalecimos nuestro Programa de Ética y Cumplimiento, alcanzando el 100 % de capacitación en prevención de delitos en cargos críticos y avanzando en la difusión de nuestro Código de Ética.

Asimismo, consolidamos nuestro modelo de gestión de riesgos, identificando y monitoreando 521 riesgos en distintas áreas del negocio, lo que refuerza nuestra capacidad de anticipación y resiliencia frente a un entorno dinámico.

Mirada hacia el futuro

De cara al 2026, proyectamos un crecimiento de ventas de 7.2 %, en un contexto que aún presenta desafíos. En este sentido, nuestros esfuerzos estarán enfocados en profundizar la digitalización, escalar el uso de inteligencia artificial, fortalecer la integración omnicanal y continuar impulsando una operación más eficiente y sostenible.

Seguiremos trabajando para generar valor compartido, fortaleciendo nuestras relaciones con clientes, asesores,

proveedores y comunidades, y contribuyendo activamente al desarrollo del país.

Finalmente, quiero agradecer a todo nuestro equipo, a nuestros clientes y a cada uno de nuestros grupos de interés por su confianza y compromiso. Los invito a revisar este reporte, que refleja el esfuerzo conjunto por construir un futuro más sostenible.

Atentamente,

Wilhelm Ramberg Arnillas

Gerente General
Sodimac y Maestro Perú





Capítulo 1

Sodimac y Maestro



1.1 Nuestro Propósito

En Sodimac y Maestro tenemos el propósito de “Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”, lo que nos motiva a ser más ágiles para cumplir nuestras metas empresariales y gestionar de manera responsable nuestros impactos en la sociedad y en el entorno.

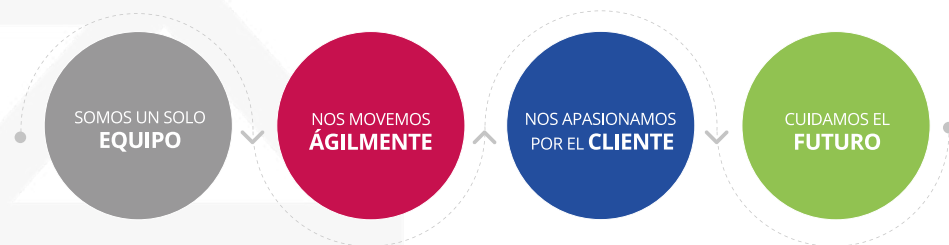
Nuestra visión:

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

Nuestra misión:

Desarrollamos 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/as cliente/as.

Los valores que compartimos al formar parte del grupo Falabella son:



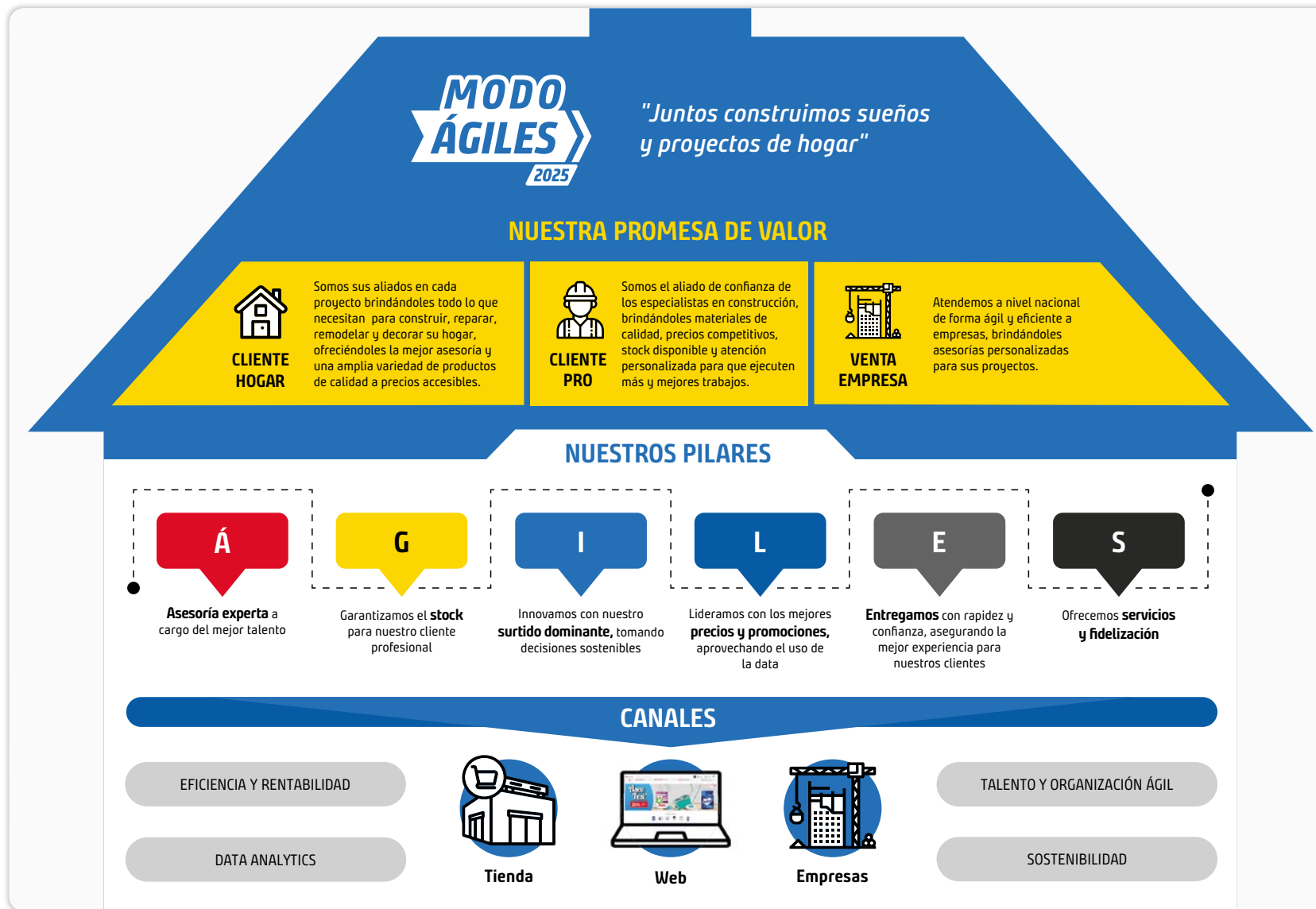
Nuestros elementos culturales son:

- Todos/as nos llamamos asesores o asesoras.
- Nuestra pechera Sodimac y chaleco Maestro son símbolos de identidad e integración.
- Contamos con una política de puertas abiertas y canales de comunicación.
- Respetamos la diversidad en todas sus formas.
- Nuestro grito de poder es el ritual que nos da fuerza.

1.2 Estrategia del Negocio

Cada año evolucionamos nuestra estrategia para mantener al cliente en el centro de nuestras decisiones. Este 2025, nos impulsamos con el Modo Ágiles 2025, un enfoque que fortalece nuestra promesa de valor para los segmentos Hogar, PRO y Venta Empresa, asegurando asesoría experta y soluciones integrales de calidad.

Nuestra hoja de ruta se despliega a través de seis palancas estratégicas: Asesoría experta, Garantía de stock, Innovación en el surtido, Liderazgo en precios, Entrega rápida y Servicios de fidelización (ÁGILES). Este modelo, soportado por el talento de nuestro equipo, la sostenibilidad y el uso avanzado de Data Analytics, nos permite actuar con la agilidad necesaria para transformar proyectos en realidad de manera eficiente y confiable.



1.3 Gestión de Sostenibilidad

1.3.1 Estrategia de Sostenibilidad

GRI 2-23, GRI 2-24

Estamos comprometidos con lograr una gestión equilibrada de nuestros impactos ambientales, sociales y de gobernanza, generando valor a todos nuestros grupos de interés. Esto es posible gracias a los seis pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad, representados por nuestros principales *stakeholders*.

En 2025, nuestra gestión ha priorizado los pilares Asesores/as, Clientes y Medioambiente, con un enfoque importante en el fortalecimiento de nuestra reputación corporativa y posicionamiento.

Estamos alineados a iniciativas y estándares externos nacionales e internacionales

- Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Directrices de las Empresas Multinacionales de la OCDE¹.
- Estándares del *Global Reporting Initiative* (GRI).
- Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos.
- Humanos de las Naciones Unidas.
- Índice de Sostenibilidad Dow Jones.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

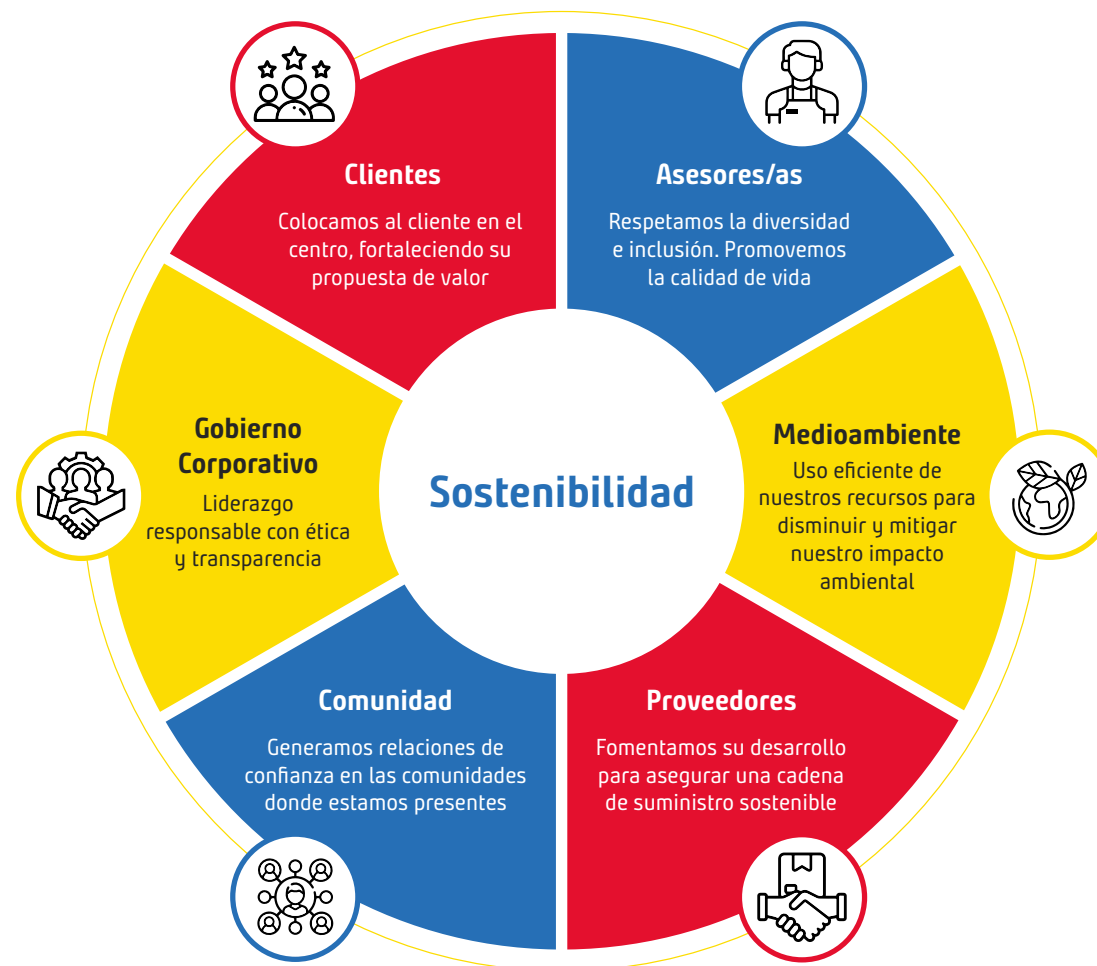
Contamos con una Política de Sostenibilidad Corporativa, de acceso público, creada para establecer los principios generales que deben guiar el comportamiento de nuestra compañía.

Por otro lado, de nuestro catálogo de más de 200,000 productos, 1,855 cuentan con atributos sostenibles, lo que significa que han sido diseñados o fabricados con materiales, procesos o certificaciones que minimizan su impacto ambiental o promueven prácticas responsables.

1.3.2. Comité de Sostenibilidad

La gestión de nuestro impacto se articula a través de la colaboración entre el Comité Ejecutivo y el área de Sostenibilidad, quienes lideran este organismo encargado de supervisar la estrategia institucional. Este comité está conformado por seis ejecutivos multidisciplinares con roles y responsabilidades claramente definidos para asegurar una visión integral del negocio.

Con reuniones periódicas, registrando dos sesiones durante el 2025, garantizamos que los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) se integren de manera efectiva en cada una de nuestras operaciones. Asimismo, el comité es responsable de reportar sus resultados y avances en materia de sostenibilidad directamente al Directorio.



¹Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Sus responsabilidades y funciones son:

- Actuar con coherencia con nuestras políticas y lineamientos relacionados con sostenibilidad.
- Validar el cumplimiento de los compromisos asumidos en nuestra estrategia de sostenibilidad.
- Generar acciones para promover una gestión sostenible.
- Identificar necesidades en las poblaciones vulnerables dentro y fuera de la empresa.
- Revisar casos que atenten contra los derechos humanos en la cadena de valor.

Utilizamos la retribución variable en sostenibilidad para asegurar el cumplimiento de nuestras metas.

1.3.3. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)




GRI 2-29

Alineamos nuestras iniciativas a los ODS, integrando acciones concretas que fortalezcan nuestro compromiso.

Tabla 1: Acciones alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
<p>FIN DE LA POBREZA</p> 	<p>Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • #JuntosNosCuidamos, programa que, entre varios aspectos, ofrece a nuestros/as asesores/as herramientas para una gestión eficiente de sus finanzas e impacta en la estabilidad familiar.
<p>SALUD Y BIENESTAR</p> 	<p>Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos en todas las edades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de beneficios Juntos dirigido a nuestros/as asesores/as. • #JuntosNosCuidamos: Programa dirigido a nuestros/as asesores/as que cuentan con diversas acciones de contención en 5 frentes: Salud física, salud mental, salud social, entorno saludable y salud accesible. • Campaña "14 No Negociables" con un enfoque preventivo de riesgos en seguridad y protección de la vida. • Campaña "Cero excusas, cero accidentes" diseñada para fortalecer nuestro Sistema de Gestión de SST y consolidar una cultura preventiva participativa.
<p>EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> 	<p>Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos/as.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Escuela de Excelencia que despliega el plan de capacitaciones anual a nuestros/as asesores/as. • Formación a maestros/as, especialistas y clientes profesionales: capacitaciones digitales y La Gran Feria de Capacitación.



ODS	OBJETIVO	ACCIONES
<p>EQUIDAD DE GÉNERO</p> 	<p>Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres Conectadas, programa enmarcado en la estrategia de Diversidad e Inclusión: En 2025, logramos un 41.70% de mujeres en puestos de liderazgo, superando la meta del 40% y buscando mantenerla para el 2026.
<p>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> 	<p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos/as.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fuente de empleo formal, digno y seguro para más de 7,100 personas. Proceso de debida diligencia en Derechos Humanos, enmarcado en los Principios Rectores para Empresas y DD.HH. Programas laborales de inclusión Junto a Ti y Espíritu Joven.
<p>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	<p>Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Paneles solares en nuestras tiendas de Sodimac Ventanilla, Sodimac Naranjal y Sodimac Cerro Colorado. 2 tiendas bioclimáticas en Chiclayo y San Juan de Lurigancho.

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
<p>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	<p>Reducir la desigualdad en y entre los países.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Programas que promueven espacios seguros, diversos y con igualdad de oportunidades: Mujeres Conectadas, Espíritu Joven, Junto a Ti, y Comunidad LGBTQ+ y Aliad@s.
<p>CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p> 	<p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Comunidad: alianzas con Techo Perú, Fe y Alegría. Donaciones enfocadas en mejoramiento de espacios.
<p>PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE</p> 	<p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Puntos Limpios para fomentar el reciclaje en los clientes. Gran parte de nuestra energía proviene de fuentes renovables y limpias. Estrategia de ecoeficiencia operacional.

ODS	OBJETIVO	ACCIONES
<p>ACCIÓN POR EL CLIMA</p> 	<p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medición anual de Huella de Carbono, alcances 1,2 y 3. • Reciclaje de residuos aprovechables y disposición adecuada, acorde a la ley, de residuos no aprovechables • Eficiencia energética e hídrica.
<p>PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> 	<p>Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de sostenibilidad y comité de sostenibilidad que vela por su cumplimiento. • Comunicación anual de nuestros principales indicadores financieros y no financieros. • Sistema de integridad corporativo.
<p>ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 	<p>Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas consolidadas para viabilizar: Estrategia de Comunidad: alianza con Techo Perú, Fe y Alegría. • Alianzas estratégicas con proveedores priorizados. • Participación con ministerios del Gobierno en el marco de nuestros programas de Diversidad e Inclusión.



1.3.4 Compromisos con nuestros grupos de interés

GRI 2-29

Construimos relaciones sólidas con todos nuestros grupos de interés; por ello, revisamos y actualizamos nuestros compromisos cada tres años para mantener alineadas sus expectativas con nuestros objetivos. Este enfoque de relacionamiento se gestiona en coherencia con nuestra Política de Relacionamiento con Grupos de Interés, que orienta el diálogo, la transparencia y la gestión responsable de nuestras relaciones.

Nuestros grupos de interés se identificaron tomando en cuenta:

- El nivel de influencia que tienen sobre la compañía, ya sea que sus acciones puedan impulsar o desafiar nuestro desempeño.
- El nivel de dependencia con respecto a la compañía.

Tabla 2: Expectativas y compromisos con nuestros grupos de interés

Categoría de grupo de interés	Actualización de Expectativas del grupo de interés	Actualización de Compromisos
Asesores/as	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones laborales seguras y equitativas. • Desarrollo profesional y capacitación. • Beneficios y salarios competitivos. 	Ofrecemos un espacio de formación y desarrollo, relaciones transparentes, diversidad y fomentamos el diálogo en el marco de una cultura inclusiva y de respeto por los derechos humanos.
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de huella de carbono y eficiencia energética. • Gestión adecuada de residuos y reciclaje. 	Medimos, prevenimos y reducimos los impactos ambientales negativos de nuestra operación, buscando el uso eficiente de los recursos.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de compra ágil y buen servicio. • Variedad y calidad de productos. • Precios competitivos y promociones atractivas. • Canales digitales eficientes (e-commerce, app, soporte online, etc). 	Respetamos sus derechos y atendemos sus expectativas aplicando políticas comerciales transparentes y entregando información clara y completa. Además, garantizamos la mejor experiencia de compra asegurando disponibilidad, calidad y seguridad de nuestros productos.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Relación comercial justa y de largo plazo. • Pagos puntuales y términos contractuales claros. • Apoyo en certificaciones y cumplimiento de estándares sostenibles. 	Buscamos fomentar su desarrollo y valor a través de la capacitación, compartiendo nuestras prácticas de negocio y dando exposición a las suyas.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de impacto social y desarrollo local. • Transparencia en la relación con el entorno. • Programas de formación y empleo para la comunidad. 	Generamos relaciones de confianza en las comunidades que se encuentran alrededor de nuestras tiendas, basadas en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.
Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento normativo y ético. • Transparencia en la gestión y comunicación con <i>stakeholders</i>. • Prácticas de buen gobierno y anticorrupción. • Gestión de riesgos ambientales, sociales y económicos. 	Lideramos con responsabilidad, ética y transparencia, asegurando el respeto a los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor y adaptándonos a las necesidades y exigencias del entorno.

Relación con los grupos de interés

Tabla 3: Canales de diálogo, frecuencia y temas gestionados

Grupo de interés	Canal	Temas gestionados	Frecuencia
Asesores/as	Construyendo Juntos (Espacios de Confianza)	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades vinculadas a los espacios laborales. • Gestión del liderazgo de primera y segunda línea. 	Mensual.
	Canales de comunicación interna: <ul style="list-style-type: none"> • Viva Engage • Somos Sodimac (boletín corporativo) • WhatsApp • Correo • Murales físicos en tienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Principales noticias sobre la empresa. • Grupos de trabajo / integración / temas diversos. 	Permanente.
	Corresponsales CCS ²	<ul style="list-style-type: none"> • Información comercial y noticias sobre cultura, comunicaciones y sostenibilidad. 	Permanente.
	Summit Estrategia de Negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Bajada de estrategia de negocio anual. 	Anual.
	Townhall Estrategia de Negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Avances sobre la estrategia de negocios. • Logros trimestrales. • Cambios en la estrategia. 	Trimestrales.
	Comunidades digitales de diversidad e inclusión	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre programas dirigidos a las comunidades. • Conmemoración de fechas especiales. • Testimonios e historias de éxito. 	Permanente.
	Línea Confía	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo psicológico y legal en asuntos personales y familiares. 	A solicitud. Disponible las 24 horas del día durante los 365 días del año.

²Red de asesores en tiendas y centros de distribución que refuerzan la comunicación sobre clima, cultura y sostenibilidad (CCS) en la empresa.

Grupo de interés	Canal	Temas gestionados	Frecuencia
Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • Teléfono (contact center) • Redes sociales • Página web • Tiendas • Canal de Integridad • Libro de reclamaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre promociones y campañas comerciales. • Encuestas NPS. • Consultas sobre productos y certificación de productos. • Información sobre precios, despachos y fechas de entrega. • Atención de reclamos. 	Permanente, de acuerdo con las necesidades del cliente.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Correo electrónico • Reuniones en tienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de acción sobre actividades acordadas bajo convenios. • Donaciones coyunturales. • Oportunidades de trabajo conjunto. 	A solicitud.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • Teléfono • Plataforma Sede • Canal de Integridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos requerimientos. • Pronto pago. • Activación de autoevaluaciones y auditorías. • Reclamos vinculados con la integridad. 	Permanente.
Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> • Cartas y oficios • Correos electrónicos • Conferencias virtuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento normativo. • Participación en iniciativas vinculadas a nuestra estrategia de sostenibilidad (diversidad e inclusión, gestión ambiental, etc). 	De acuerdo con requerimientos normativos. A solicitud del Corporativo.
A todos los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de Integridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Temas relacionados con ética, discriminación y hostigamiento sexual. 	Permanente.
	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte de Sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte de indicadores financieros y no financieros de la empresa. 	Anual.

Alianzas y membresías

GRI 2-28

Nos aseguramos de que nuestras alianzas reflejen nuestros valores y enfoques comerciales, siempre comprometidos con la legislación nacional y sin involucrarnos en actividades de lobby en ningún caso.

Nuestros aliados son:

Tabla 4: Alianza con Instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

Instituciones no gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> ● Pacto Global Perú ● AEQUALES ● Red de Empresas y Discapacidad ● Pride Connection Perú ● Empresas Presente ● Perú Sostenible ● APERHU ● CAPECO ● FE Y ALEGRIA ● TECHO Perú ● SEDEX (a nivel corporativo)
Instituciones gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> ● MINAM: Ministerio del Ambiente ● MINTRA: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ● MUNICIPALIDADES ● CONADIS

1.4. Temas materiales del negocio

GRI 3-1, GRI 3-2

Los temas materiales son los asuntos económicos, sociales y ambientales de mayor prioridad para nuestra compañía y nuestros grupos de interés. En 2021, se realizó el proceso de análisis y definición de dichos temas fue diseñado por nuestro Corporativo.

Paso 1: Identificamos prioridades	<p>Se realizaron siete entrevistas a las áreas de Sostenibilidad, Riesgos, Operaciones, Gerencia General, Personas, Gestión Ambiental y Finanzas de la compañía, para conocer sus prioridades en torno al negocio. Este proceso incluyó un benchmark de los retailers líderes a nivel mundial, los resultados de las mediciones ASG con los principales grupos de interés y un análisis de información secundaria del negocio.</p>
Paso 2: Evaluamos y validamos los impactos	<p>Se realizó un taller con las áreas de Sostenibilidad de los diferentes países donde opera Sodimac para validar los impactos positivos y negativos, reales y potenciales del negocio a lo largo de la cadena de valor, e identificar los riesgos y oportunidades de gestión que afectan o podrían afectar a los diferentes grupos de interés.</p>
Paso 3: Difundimos la actualización	<p>Se actualizó la información con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Brasil y México, lo que nos permitió contar con una lista de temas materiales corporativos.</p>



Listado de temas materiales por grupo de interés

Para el 2024, se actualizó la matriz de materialidad y se obtuvieron 23 temas materiales, tras la integración del tema Cultura dentro de Empleo y Clima. También, se detalla que Seguridad y Salud de asesores/as abarca tanto a nuestro equipo interno y externo, mientras que seguridad y salud de clientes incluye aspectos relacionados con nuestras instalaciones y productos.

Tabla 5: Tema material por grupo de interés

Categoría	Tema material
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático • Ecoeficiencia operacional • Residuos y circularidad • Logística sostenible
Asesores/as	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo, cultura y clima • Diversidad e inclusión • Formación y desarrollo • Diálogo social • Seguridad y salud
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia al cliente • Economía circular y consumo responsable • Seguridad y salud (instalaciones y producto) • Ética publicitaria

Categoría	Tema material
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión sostenible de proveedores • Satisfacción del proveedor • Emprendimiento local
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión social • Gestión del entorno
Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación y desarrollo • Ética y anticorrupción • Derechos Humanos • Transformación digital • Protección de datos y ciberseguridad





Capítulo 2

Lideramos con ética y responsabilidad



2
Lideramos con ética y responsabilidad

2.1 Estructura de gobierno

GRI 2-9

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. (Sodimac y Maestro), en su calidad de filial del Grupo Falabella, opera bajo un modelo de gobierno corporativo multinivel, en el cual Falabella S.A. actúa como el máximo órgano de gobierno, definiendo los lineamientos estratégicos, de sostenibilidad, ética y gestión de riesgos del grupo. En este marco, la compañía cuenta con un directorio estatutario local que ejerce la administración conforme a la normativa peruana, y también reporta determinados ámbitos estratégicos y de gestión a instancias corporativas, asegurando una gestión integrada y alineada a los estándares corporativos y regionales.

En 2025, el capital social de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. ascendió a S/ 1,530,670,876, reflejando la solidez patrimonial que respalda su estructura de gobierno y su gestión financiera.

Accionistas

Tabla 6: Porcentaje de participación por accionistas

Accionistas	Porcentaje de participación
Inverfal Perú S.A.A.	99.99%
Inversiones Falabella S.A	00.01%
Total	100.00 %

Junta General de Accionistas (JGA)

La JGA se reúne una vez al año, dentro de los tres meses posteriores al cierre del ejercicio económico. Sus funciones son evaluar la gestión de la empresa y los resultados financieros del año anterior; así como de nombrar, remover o reemplazar a los miembros del Directorio.

Órganos de gobierno

GRI 2-10, GRI 2-11, GRI 2-12, GRI 2-13

2.1.1 Directorio Falabella S.A.

El Directorio de Falabella S.A. actúa como nuestro máximo órgano de gobierno. Se compone de nueve miembros, los cuales ejercen el cargo por un período de tres años y pueden ser reelegidos indefinidamente por la Junta de Accionistas. Ninguno de sus integrantes ejerce cargos ejecutivos en la compañía.



Tabla 7: Directorio Falabella S.A

Cargo / Nombre	País	Ejecutivo /No Ejecutivo	Independencia	Fecha de ingreso	Años en el cargo
Presidente					
Enrique Ostalé Cambiaso	Chile	No	Dependiente	Desde 2023	3
Vicepresidente					
Juan Carlos Cortés Solari	Chile	No	Dependiente	Desde 2002	24
Director					
Carlo Solari Donaggio	Chile	No	Dependiente	Desde el 2011	16
Directora					
María Cecilia Karlezi Solari	Chile	No	Dependiente	Desde 2003	23
Directora					
Paola Cúneo Queirolo	Chile	No	Dependiente	Desde 2014	12
Director					
Jose Luis del Río Goudie	Chile	No	Dependiente	Desde 2003	23
Director					
Alfredo Moreno Charme	Chile	No	Dependiente	Desde 2023	3
Director					
Andrés Roccatagliata	Chile	No	Independiente	Desde 2023	3
Director					
Germán Quiroga Velardo	Brasil	No	Independiente	Desde 2023	3

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Funciones:

- Gestiona de manera continua los riesgos concernientes al negocio en materia económica, social y medioambiental.
- A través de sus instancias de gobierno, gestiona los riesgos conforme a la Política de Control y Gestión de Riesgos. Al menos una vez al año, se presentan los resultados de dicha gestión ante el Directorio.
- Analiza el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos, incluyendo detección, categorización y monitoreo.
- Revisa el cumplimiento de las directrices de sostenibilidad del Directorio, aprueba estrategias y evalúa avances.

Comités

COMITÉ DE DIRECTORES

Falabella, en cumplimiento de la Ley de Sociedades Anónimas de Chile, cuenta con un Comité de Directores formado por tres miembros, este se encarga de revisar y gestionar los asuntos que la normativa establece.

COMITÉ DE COMPENSACIÓN Y TALENTO

Su función es analizar las políticas de remuneraciones, evaluaciones y gestión del talento, además de revisar las nominaciones de directores para las diferentes sociedades de la compañía.

COMITÉ DE ESTRATEGIA

Se encarga de evaluar y proponer al Directorio iniciativas sobre las tendencias de la industria, su impacto en Falabella y las oportunidades estratégicas del negocio a mediano y largo plazo.

Evaluación

GRI 2-18

Cada año, el Directorio realiza una autoevaluación en función de pautas de gobierno corporativo establecidas por la legislación chilena.

Esta evaluación considera tres criterios:

- Funcionamiento y composición del directorio.
- Relación entre la sociedad, los accionistas y el público.
- Gestión y control de riesgos.

2.1.2 Directorio (Estatutario Perú)

Compuesto por un número no menor de tres ni mayor de siete miembros, con un mandato de máximo tres años. Para la compañía, no es necesario ser accionista para ocupar el cargo de director; este es un cargo que recae en personas naturales en relación con sus habilidades, capacidades y experiencia. Tanto los directores titulares como los suplentes son elegidos (en sesiones de solo directorio caso sea requerido).

Tabla 8: Directorio de Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

Cargo / Nombre	País	Ejecutivo / No Ejecutivo	Independencia	Fecha de ingreso	Años en el cargo
Presidente					
Alex Zimmermann Franco	Perú	No	Dependiente	Desde 2023	2
Director					
Alejandro Arze Safian	Chile	No	Dependiente	Desde 2021	5
Director					
Juan Xavier Roca Mendenhall	Chile	No	Dependiente	Desde el 2021	5

Funciones:

- Instalar y crear sucursales, agencias u oficinas fuera del país.
- Comprar, vender, permutar y en general, enajenar bajo cualquier título acciones de la sociedad.
- Vender, donar o ceder a título oneroso, permutar, comprar, y otorgar promesa de venta de bienes inmuebles o derecho sobre inmuebles.
- Vender, donar o ceder marcas, patentes, diseños industriales u otra forma de propiedad industrial e intelectual de titularidad de la sociedad o constituir en favor de terceros derechos de cualquier naturaleza sobre ellos.
- Autorizar y otorgar facultades para realizar y ejecutar donaciones. Garantizar cualquier obligación de la sociedad

- o sus filiales, ya sean civiles, naturales, mercantiles, tributarias o de cualquier otra naturaleza, según las normas vigentes.
- Celebrar cualquier clase de pacto o convenio entre socios o accionistas de una sociedad en la que se tenga una participación social o accionaria.
- Proponer a la Junta General de Accionistas los acuerdos que crea convenientes.
- Presentar a la junta la memoria, los estados financieros y la propuesta de aplicación de utilidades.
- Revisar y aprobar cualquier acto o contrato que exceda a las atribuciones de la Gerencia general.
- Nombrar y remover a los/as apoderados/as, representantes y cualquier otro/a funcionario/a al servicio de la sociedad y conferirles las facultades que estime convenientes.

2
Lideramos con ética y responsabilidad

Características:

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

COMISIÓN DE AUDITORÍA

Vela por la veracidad de los resultados reportados por el negocio y verifica en detalle los avances respecto al Safe Guardian y el desarrollo sostenible de la unidad de negocio. Sesiona trimestralmente.

COMITÉ DE AUDITORÍA

Aprueba y realiza el seguimiento al Plan anual de auditoría. Revisa los riesgos más relevantes y el estado de implementación de los planes de acción. Participan directores, el gerente general y el gerente de Contraloría. Tiene sesiones trimestrales.

COMITÉ DE RIESGO

Sesiona trimestralmente y trata la matriz de riesgo corporativa y acciones de contingencia.

2.1.3 Directorio Sodimac S.A.

Se compone de nueve miembros, los cuales ejercen el cargo por dos años y pueden reelegirse indefinidamente.

Tabla 9: Directorio Sodimac S.A.

Cargo / Nombre	País	Ejecutivo /No Ejecutivo	Independencia	Fecha de ingreso	Años en el cargo
Presidente					
Juan Pablo Del Río Goudie	Chile	No	Dependiente	Desde 2016	10
Director					
Sandro Solari Donaggio	Chile	No	Dependiente	Desde 2018	8
Director					
Agustín Solari Alvarez	Chile	No	Dependiente	Desde 2024	2
Directora					
Elizabeth Lehmann Cosoi	Chile	No	Dependiente	Desde el 2017	9
Director					
Sebastián Arispe Karlezi	Chile	No	Dependiente	Desde el 2024	2
Director					
Gonzalo Rojas Vildósola	Chile	No	Dependiente	Desde el 2016	10
Director					
Jaime García Rioseco	Chile	No	Dependiente	Desde 2016	10

Cargo / Nombre	País	Ejecutivo /No Ejecutivo	Independencia	Fecha de ingreso	Años en el cargo
Director					
Victor Pucci Labatut	Chile	No	Dependiente	Desde el 2022	2
Directora					
Manuel Cristóbal Hurtado Rourke	Chile	No	Dependiente	Desde el 2022	4



2.1.4 Comité Ejecutivo

GRI 2-14

Se encuentra conformado por los/as gerentes/as de primera línea y su función es garantizar la ejecución directa de las operaciones de la empresa en los aspectos económicos, ambientales y sociales. Como miembros del Comité Ejecutivo, son responsables de revisar y aprobar los temas de la compañía y el reporte de sostenibilidad.

Los/as gerentes/as de primera línea son designados por el gerente general, y rinden cuenta de su gestión de forma semestral a toda la compañía.

Instancias corporativas:

COMITÉ EJECUTIVO CORPORATIVO

Está representado por el gerente general corporativo y cuenta con la participación de los gerentes de Sodimac Corporativo, quienes supervisan a los gerentes generales y de cada área de Sodimac en Latinoamérica.

COMITÉ DE GESTIÓN PAÍS

Cuenta con la participación de los gerentes de Sodimac Corporativo y del Comité Ejecutivo de Sodimac y Maestro. Asimismo, es liderado por nuestro Comité Ejecutivo, y se reúne bimensualmente junto con los gerentes corporativos de cada área. Este comité funciona durante los meses que no hay reunión del Directorio (Estatutario Perú).

En 2025, en Sodimac y Maestro llevamos a cabo reuniones bimensuales con el Directorio (Estatutario Perú) en los que presentamos informes sobre aspectos estratégicos y operativos de la compañía. Durante cada sesión, se expusieron estos temas:

- Análisis del contexto del sector construcción.
- Resultados mensuales de ventas.
- Estatus de las transformaciones en Tiendas Maestro y otras iniciativas.
- Estatus comercial.
- Estatus del retail digital.
- Avance en sostenibilidad.

2.1.5 Remuneraciones del directorio

GRI 2-19, GRI 2-20

En Sodimac y Maestro, las políticas de remuneración del Directorio y de los altos ejecutivos se rigen por un modelo corporativo centralizado, orientado a asegurar equidad interna, consistencia entre países y alineamiento estratégico en todas las unidades del Grupo.

PROCESO DE DETERMINACIÓN

La Gerencia Corporativa de Compensaciones lidera el diseño, revisión y actualización de las políticas de remuneraciones, definiendo la estructura salarial y velando por la equidad y competitividad entre países y negocios.

Como respaldo técnico, se utiliza anualmente un estudio de mercado elaborado por la consultora Mercer, el cual permite validar la competitividad externa de los paquetes remunerativos.

Cabe precisar que los miembros independientes del Directorio no supervisan directamente este proceso y que, al no tratarse de una sociedad que cotice en bolsa, no existe un mecanismo de votación de accionistas minoritarios sobre las remuneraciones. No obstante, el Grupo cuenta con instancias y lineamientos corporativos que permiten considerar la perspectiva de los distintos grupos de interés.

POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN

Nuestra estructura de compensaciones se sustenta en principios de transparencia, coherencia interna y alineamiento estratégico, diferenciando claramente los siguientes colectivos:

- **Directorio:**
La remuneración del Directorio se define y aprueba en Junta General de Accionistas, la cual determina tanto la dieta del Directorio como, de corresponder, los componentes de remuneración variable, con una periodicidad trienal.
- **Altos ejecutivos:**
Los altos ejecutivos cuentan con una compensación fija y variable, donde los incentivos variables están directamente vinculados al cumplimiento de objetivos estratégicos, operativos y de sostenibilidad, considerando resultados del negocio local, del país y de la vertical, así como drivers de efectividad.

Los bonos anuales son aprobados de manera sucesiva por la Gerencia de Personas y Sostenibilidad Local, la Gerencia Regional de Personas, la Gerencia General local, la Gerencia Corporativa de Compensaciones y la Gerencia

General Corporativa, asegurando consistencia, integridad y sostenibilidad en la gestión.

Incentivos de Largo Plazo (LTI):

El programa de Incentivos de Largo Plazo (LTI) está diseñado para integrar a aquellos ejecutivos que, por la naturaleza de sus funciones y su nivel de alcance, generan un alto impacto en los resultados de la compañía, haciéndolos parte directa del desempeño y la operación del negocio en el mediano y largo plazo.

El monto del LTI es calculado por el equipo corporativo de Compensaciones, con el objetivo de promover la estandarización, consistencia y transparencia de los esquemas de incentivos de largo plazo entre negocios y países.



1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Organigrama Sodimac y Maestro

Directorio (FALABELLA S.A.)

- Enrique Ostalé Cambiaso
- Juan Carlos Cortés Solari
- Carlo Solari Donaggio
- María Cecilia Karlezi Solari
- Paola Cúneo Queirolo
- Jose Luis del Río Goudie
- Alfredo Moreno Charme
- Andrés Roccatagliata
- Germán Quiroga Velardo

Directorio (ESTATUTARIO PERÚ)

- Alex Zimmermann Franco
- Alejandro Arze Safian
- Juan Xavier Roca Mendehanall

Directorio (SODIMAC S.A)

- Juan Pablo Del Río Goudie
- Sandro Solari Donaggio
- Agustín Solari Alvarez
- Elizabeth Lehmann Cosoi
- Sebastián Arispe Karlezi
- Gonzalo Rojas Vildósola
- Jaime García Rioseco
- Victor Pucci Labatut
- Manuel Cristóbal Hurtado Rourke



**Wilhelm Ramberg
Arnillas**
Gerente General



Erick Chang
Gerente de Contraloría

- **Luis Seminario**
Gerente de Cadena de Abastecimiento
- **Daria Eimbcke Bosch**
Gerenta de Administración y Control de Gestión
- **Valeria Vásquez**
Gerenta de Personas y Sostenibilidad
- **Piero Campos**
Gerente de Comercial y Marketing
- **Jonathan Ontaneda**
Gerente de Operaciones
- **Daniela Valdivia**
Gerenta de Planificación y Desarrollo Inmobiliario
- **Magdalena Hevia**
Gerenta de Retail Digital
- **Gastón Sánchez**
Gerente de TI

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

2.2 Desempeño económico

GRI 201-1

Durante el 2025, gestionamos nuestro desempeño económico en un entorno caracterizado por una mayor liquidez en los hogares, impulsada por los retiros extraordinarios de fondos de las AFP. Este contexto dinamizó el consumo y favoreció la actividad comercial en el país, con estimaciones de crecimiento adicional de hasta 0.5 puntos porcentuales del PBI.

En este escenario, avanzamos de manera sostenida en la expansión y transformación de nuestras tiendas, fortaleciendo nuestra presencia territorial y elevando la propuesta de valor para nuestros clientes. Como resultado, consolidamos un entorno operativo más robusto y competitivo, alineado con nuestras prioridades de crecimiento y eficiencia.

A fin de mantener un sólido desempeño financiero, contamos con tres pilares estratégicos: Rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento, que nos permiten seguir creciendo y generando valor para nuestros grupos de interés. Adicionalmente, realizamos otras acciones complementarias:

- Medimos nuestro desempeño a través de indicadores clave de gestión, los cuales analizamos

de forma mensual para asegurar un crecimiento sólido y consistente con nuestras metas estratégicas.

- Más allá de los resultados financieros, estos indicadores nos proporcionan una visión integral de nuestro desempeño, lo que fortalece la toma de decisiones bajo un enfoque responsable y sostenible.
- En línea con nuestras prácticas de gobernanza, nuestros estados financieros son revisados anualmente por el Directorio y la Junta de Accionistas, garantizando una supervisión rigurosa y alineada con los más altos estándares corporativos.



Presentamos nuestros resultados económicos correspondientes al periodo 2025:

Tabla 10: Nuestro desempeño económico

Nuestras cifras claves	2024	2025
• Ventas netas (miles de S/)	3,094,167	3,253,219
• EBITDA (miles de S/)	170,954	215,673
• Índice de Rentabilidad (ROE)	2.62%	5.32%
• Deuda (miles de S/)	349,202	320,651
• Capital (miles de S/)	1,530,671	1,530,671
• Patrimonio Neto (miles de S/)	1,932,370	1,954,166
• Impuesto sobre las ganancias	-22,590	-50,548



Alcanzamos un crecimiento de ventas de 5.1 %, impulsado por la ejecución de 14 proyectos de transformación de tiendas a lo largo del 2025.

2
Lideramos con ética y responsabilidad

Tabla 11: Valor directo generado y distribuido

IMPACTO ECONÓMICO	2024 (M S/)	2025 (M S/)
Valor económico directo creado (VEC)		
a) Ingresos ³	3,094,167	3,253,219
Valor económico distribuido (VED)		
b) Costos operativos (pago a proveedores) ⁴	-2,372,313	-2,481,923
c) Retribución a asesores/as ⁵	-356,219	-337,391
d) Pagos a proveedores de fondos ⁶	-58,185	-64,557
e) Pagos a gobiernos ⁷	-16,561	-34,342
f) Inversiones en la comunidad	-989	-141,577.10
Total del valor económico distribuido	-2,787,706	-2,918,354
Valor económico retenido (VER = VEC-VED)	306,461	334,865

Perspectiva 2026:

Nos proyectamos alcanzar un crecimiento de ventas de 7.2 % respecto al año anterior, en un contexto aún marcado por la incertidumbre asociada al entorno electoral.

2.3 Innovación y desarrollo

GRI 3-3

Contamos con un modelo integrado que combina gobierno, priorización estratégica y adopción tecnológica para fortalecer la eficiencia operativa y elevar la experiencia del cliente. La organización articula esta gestión desde áreas especializadas que evalúan y priorizan iniciativas con impacto directo en productividad, digitalización y

experiencia omnicanal, impulsando pilotos, escalamiento por fases y mecanismos de seguimiento continuo.

Durante el 2025, este enfoque permitió consolidar líneas estratégicas claras en los siguientes procesos:

- La eficiencia operativa, reflejada en la modernización de procesos y rediseño de espacios.
- La digitalización, a través de soluciones como sistemas de autoservicio, pagos en piso, automatización de consultas y herramientas inteligentes para agentes.
- La productividad, mediante la optimización de capacidades internas, la unificación de roles y una infraestructura más ágil y escalable.

Estas capacidades se sostienen en tecnologías como inteligencia artificial, plataformas de gestión integradas, analítica avanzada y modelos de implementación que combinan experimentación, aprendizaje y escalamiento. De esta forma, la innovación se integra de forma transversal en la estrategia del negocio, orientando las decisiones hacia un crecimiento sostenible, una operación más moderna y una experiencia omnicanal coherente y consistente para todos nuestros clientes.

En ese sentido, avanzamos hacia una innovación más ágil y centrada en el cliente, impulsando una serie de iniciativas estratégicas que marcaron nuestra gestión durante 2025.



³ Incluye ingresos financieros, ingresos por servicios y otros ingresos, así como venta de activos.

⁴ Incluye gastos generales: publicidad, instalaciones, consultorías y otros.

⁵ Incluye gastos de personal: remuneraciones, bonificaciones, incentivos y otros, así como beneficios sociales, honorarios corporativos.

⁶ Proveedores de fondos: dividendos, intereses a proveedores de préstamos, intereses de cualquier forma de deuda, préstamos y pagos vencidos a accionistas.

⁷ Impuestos y sanciones.

2
Lideramos con ética y responsabilidad

Principales proyectos ejecutados en 2025



Implementamos soluciones de pagos móviles (MPOS) en el piso de venta para reducir tiempos de espera y personalizar la atención, desplegando 295 equipos en 14 tiendas y alcanzando hasta 11.67 % de las transacciones en una tienda referente.



Desplegamos el roll-out de self check-out (SCO) en tiendas con procesos de remodelación, incorporando 75 nuevas cajas y 16 ampliaciones en 16 tiendas, alcanzando una participación de 32 % de las transacciones a través de este canal de autoatención.



Potenciamos la atención digital mediante AgentForce, automatizando consultas y reclamos a través de canales 24/7, gestionando el 11 % de los contactos con inteligencia artificial, asegurando respuestas alineadas a nuestros términos y condiciones y optimizando la capacidad de nuestros agentes.



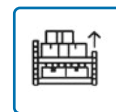
Fortalecimos la atención de servicios de instalación mediante el Proyecto Matrix, incorporando un asistente de inteligencia artificial para agilizar respuestas en llamadas y WhatsApp, lo que permitió reducir en 11 % el TMO⁸ y fortalecer la eficiencia en la atención al cliente al elevar la resolución en el primer contacto (FCR) de 30 % a 82 %.



Optimizamos la gestión con proveedores mediante MAP (Mesa ayuda al proveedor), habilitando la atención en tiempo real de llamadas durante visitas de servicio, con cerca de 250 casos mensuales gestionados y una reducción en el escalamiento hacia clientes y sus reclamos.



Integramos los datos en GCP (Google Cloud Platform), unificando Sodtrack y Salesforce para contar con una visión 360° del cliente, habilitando analítica avanzada y sentando las bases para el monitoreo y gestión omnicanal.



Optimizamos el almacenamiento en C&C⁹ mediante el rediseño de muebles y racks en distintas configuraciones y el uso eficiente de la altura, logrando un incremento de 25 % en el espacio útil y de 106 % en la capacidad sin ampliar el área.



Mejoramos la gestión de atención en C&C mediante la implementación de turneros con pantalla en 19 locales, reemplazando el sistema QR y logrando una reducción de 2 minutos en los tiempos de atención (de 7 a 5 minutos).



Unificamos los roles de liderazgo en cajas y servicios mediante un nuevo perfil, eliminando niveles de supervisión intermedia y fortaleciendo la autonomía de los equipos en 50 tiendas, lo que generó eficiencias en costos y mayor foco en KPIs de experiencia.



Optimizamos el layout y desarrollo comercial de nuestras tiendas mediante la ejecución de iniciativas priorizadas, incluyendo 7 resets B&C, 1 nuevo layout, 2 espacios Carpintero Pro, 2 showrooms de pisos, 15 módulos SCO, 1 carpa de verano y mejoras en categorías como Casa Inteligente y Herramientas.



Fortalecimos nuestra cultura de servicio mediante iniciativas como “Felizómetro de mi Cliente” y “Miércoles de mi Cliente”, logrando un incremento de 5 puntos en el NPS de tiendas y una mejora de 9 % en Cliente Incógnito, consolidando un enfoque centrado en el cliente.



Optimizamos la gestión de devoluciones mediante la iniciativa “Agiliza tu Devolución”, implementada en 37 tiendas, reduciendo en 3 minutos la promesa de nota de crédito (hasta un estándar de 15 minutos) y mejorando la satisfacción de clientes, alcanzando un NPS de 50.8, lo que representa un incremento de 1.3 puntos frente al año anterior

⁸ TMO: Tiempo medio de operación

⁹ Click & Collect (C&C) es el servicio mediante el cual nuestros clientes compran online y recogen su pedido en tienda.

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Hitos y logros 2025

- Alcanzamos un desempeño histórico en satisfacción, con un NPS de 68.2 puntos, evidenciando un crecimiento sostenido frente al año anterior.
- Ganamos agilidad operativa al optimizar procesos en tienda, reduciendo tiempos de atención en puntos clave y mejorando la capacidad sin ampliar la infraestructura.
- Fortalecimos la evolución cultural y operativa de nuestros equipos, impulsando una mayor autonomía y capacidad de respuesta, lo que se reflejó en el incremento del indicador de resolución en primer contacto de 30 % a 82 %.
- Modernizamos el almacenamiento y la infraestructura comercial, logrando más de 100% de incremento en el aprovechamiento del espacio operativo y mejorando la productividad en tienda.
- Consolidamos nuestro portafolio de inversiones mediante resets comerciales, mejoras en layouts y ampliaciones tecnológicas, superando la meta prevista y fortaleciendo el flujo, la inspiración y la conversión de clientes en categorías clave.

Perspectivas 2026

- Nuestro principal desafío será escalar las capacidades digitales hacia un modelo más predictivo, conectado y automatizado, fortaleciendo el uso de datos e inteligencia artificial para anticipar la demanda, optimizar decisiones en tiempo real y profundizar la eficiencia operativa más allá de los avances iniciales de automatización.
- Consolidaremos nuestra integración omnicanal a nivel operativo y cultural, simplificando procesos y roles para sostener el crecimiento con mayor eficiencia, a la vez que fortalecemos las capacidades de nuestros equipos para asegurar la adopción efectiva de soluciones digitales y mantener la experiencia del cliente como principal diferenciador.
- Priorizaremos inversiones de alto retorno para seguir impulsando la productividad y modernización en tienda, fortaleciendo la experiencia de autoservicio y asesoría especializada, optimizando procesos clave y consolidando nuestra evolución hacia un modelo de innovación escalable y centrado en el cliente.



2
Lideramos con ética y responsabilidad

2.4 Ética e Integridad

GRI 3-3, GRI 2-26

Fortalecemos una gestión consistente, basada en nuestros valores corporativos, que refuerza la confianza y credibilidad de nuestros clientes y grupos de interés. En este marco, aplicamos nuestros principios éticos de manera transversal en todas nuestras operaciones, incluyendo oficinas, centros de distribución, tiendas y la operación de distribución avanzada (ODA).

2.4.1 Gestión de cumplimiento

Nuestras operaciones se rigen por un Programa de Ética y un Modelo de Prevención de Delitos, orientados a establecer, comunicar y guiar las conductas esperadas de nuestros/as asesores/as, asegurando un estándar ético homogéneo en todas las empresas del Grupo Falabella y previniendo la comisión de los delitos contemplados en la normativa vigente.

La implementación de estos lineamientos y directrices están a cargo del oficial de cumplimiento, que es un colaborador designado por el Directorio de Tiendas del Mejoramiento del Hogar para actuar como interlocutor entre la compañía y la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento, quien tiene a su cargo la correcta ejecución de los programas de Cumplimiento.

En 2025, en el marco de nuestra gestión de cumplimiento, fortalecimos la capacitación en ética e integridad de nuestros/as asesores/as. En este contexto, avanzamos en el despliegue del curso e-learning del Código de Ética, alcanzando un 35,5 % de cobertura, mientras que, en los cargos expuestos a riesgos de anticorrupción, logramos un 100%, lo que corresponde al cumplimiento total de nuestra meta.

Gobernanza en ética y cumplimiento

Garantizamos el adecuado funcionamiento y la eficacia de nuestro Programa de Ética, así como el cumplimiento del Código de Ética. Gestionamos de manera confidencial las consultas, denuncias e investigaciones vinculadas a estos temas y, en paralelo, desarrollamos capacitaciones y campañas de difusión dirigidas a los/as asesores/as para fortalecer su conocimiento y aplicación de estos lineamientos.

- **Comité de ética**

El Comité de Ética de Sodimac y Maestro es el órgano encargado de velar por el cumplimiento de los estándares de integridad en todas las operaciones de la compañía. Está conformado por cuatro miembros ejecutivos con responsabilidad directa en la gestión, el gobierno corporativo y el cumplimiento normativo.

El comité está integrado por el Gerente General, la Gerenta de Gobernanza, Ética y Cumplimiento, la Gerenta de Administración y Finanzas y la Gerenta de Personas y

Sostenibilidad. Cabe destacar que el 75% de los integrantes del comité son mujeres, lo que evidencia el compromiso de la organización con la equidad de género en sus espacios de liderazgo y toma de decisiones.

- **Consejeros/as de integridad**

Contamos con los/as asesores/as capacitados para gestionar de manera confidencial las denuncias recibidas y orientar a nuestros equipos frente a temas de integridad y dilemas éticos. Asimismo, disponemos de un Sistema de Integridad que integra el Código de Ética y el Canal de Integridad, a través del cual facilitamos la presentación de consultas y denuncias de forma confidencial.

- **Código de Ética**

Guía el comportamiento ético de los/as asesores/as y proveedores, según los valores y propósito de la compañía. Es una herramienta esencial que asegura la coherencia y la integridad en toda la operación. Por este motivo:

- El 100 % de los/as asesores/as y proveedores recibe y firma dicho código al iniciar su relación laboral con nosotros.
- Brindamos inducción y capacitaciones a los/as asesores/as y contratistas, con el fin de garantizar su comprensión y compromiso con los principios éticos.

Canal de Integridad

Todos nuestros/as asesores/as y grupos de interés pueden canalizar consultas, inquietudes o reportar posibles incumplimientos a través del Canal de Integridad, disponible en la página web de la compañía. Este mecanismo permite realizar comunicaciones

de manera anónima y confidencial, resguardando la identidad del informante y promoviendo una cultura de transparencia. Su gestión se encuentra a cargo de Falabella Corporativo Perú y se rige por lineamientos internos alineados a estándares corporativos, que aseguran un tratamiento adecuado, oportuno e imparcial de cada caso.

Nuestro canal de integridad cuenta con dos flujos respectivos, los cuáles detallamos a continuación:

Para consultas:

Si se dispone de toda la información necesaria, se remite la consulta al Oficial de Cumplimiento, quien la derivará al área correspondiente para que sea absuelta.

Para denuncias:

1: Con la información completa, el/la asesor/ra se dirige a la Gerencia Corporativa de Gobernanza, Ética y Cumplimiento a través de los canales de comunicación del Canal de Integridad.

2: La denuncia será canalizada al área de negocio pertinente para su investigación

3: Los casos de Resolución Directa son resueltos directamente por TMH; en tanto las Investigaciones Éticas son resueltas por la Gerencia Corporativa de Gobernanza, Ética y Cumplimiento.

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Es importante mencionar que, nuestro canal de integridad se rige bajo principios de confidencialidad y protección:

- Un/a asesor/a o un tercero, con la seriedad y responsabilidad debidas, puede presentar una denuncia de manera anónima.
- Quienes se enteren de un caso ético deben mantener la máxima confidencialidad.
- Aseguramos que no habrá represalias de ningún tipo para todos nuestros asesores/as que planteen consultas o denuncias, o participen como testigos.

Canales de comunicación

- Sitio web:
<https://canaldeintegridad.ines.cl/sodimac/>
- Línea gratuita:
0-800-18-479
- Correo:
contactoperu@gerenciadeetica.com

Tabla 12: Cifras del Canal de Integridad

		2024	2025
Número de denuncias éticas	• Número de denuncias atendidas (cerradas)	100	108
	• Número de denuncias éticas en proceso al cierre del año	4	2
Número de denuncias no éticas	• Número de denuncias no éticas atendidas	19	10
Número de consultas éticas / no éticas	• Número de consultas atendidas	25	25
	• Número de consultas en proceso al cierre del año	0	0



Tabla 13: Acciones tomadas por tipo de denuncia GRI 406-1, GRI 2-15

Tipo de denuncia (según la tipología del Canal de Integridad)	2024		2025	
	Número	Detalle y acciones tomadas	Número	Detalle y acciones tomadas
Acoso laboral	1	El caso se cerró como inconcluso sin investigación debido al cese del asesor/a denunciado/a.	4	Dos casos se cerraron como inconclusos con investigación. Los otros dos casos se encuentran en trámite.
Comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	64	N° infundadas: 25 N° fundadas: 8 N° inconclusas: 16 N° en trámite: 14 Requerimiento de información: 1	36	N° infundadas: 12 N° fundadas: 2 N° inconclusas: 12 N° en trámite: 10
Acoso sexual	3	N° infundadas: 0 N° fundadas: 0 N° en trámite: 3	15	Los casos fueron referidos al negocio.
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	3	Los tres casos fueron cerrados como inconclusos sin investigación debido a la falta de información.	0	No se registraron casos.
Conflictos de interés	28	N° infundadas: 7 N° fundadas: 13 N° inconclusas sin investigación: 4 N° en trámite: 4 Respecto a los casos fundados, tomamos las siguientes acciones: - Carta de exhortación y plan de trabajo. - Retroalimentación.	13	N° infundadas: 4 N° inconclusas sin investigación: 3 N° inconclusas con investigación: 6

Tipo de denuncia (según la tipología del Canal de Integridad)	2024		2025	
	Número	Detalle y acciones tomadas	Número	Detalle y acciones tomadas
Infracciones a la normativa interna	34	N° cerrados: 13 N° investigación/informe devuelto: 18 N° en trámite (proceso de cierre):	28	N° fundados: 1 N° infundados: 17 N° inconcluso con investigación: 1 N° inconcluso sin investigación: 4 N° en trámite: 5 (2 pendientes de medida por el negocio) Respecto al caso fundado, tomamos las siguientes acciones: Amonestación Escrita
Denuncia - Temas laborales con connotación ética (Trabajo seguro y saludable, condiciones de trabajo, etc.)	46	N° cerradas: 23 N° infundados: 11 N° fundadas: 2 N° Inconclusos con investigación: 1 N° Inconclusos sin investigación: 4 N° investigación: 5 Respecto a los casos fundados, tomamos las siguientes acciones: - Aviso de desempeño grave o rotación. - Carta de exhortación.	38	N° infundados: 22 N° Inconclusos sin investigación: 10 N° investigación: 6
Robo o hurto	2	Ambos casos fueron cerrados como inconclusos con investigación.	0	No aplica
Represalias	0	No aplica	0	No aplica
Discriminación	0	No aplica	1	N° infundado: 1
Faltas a la verdad	0	No aplica	0	No aplica
Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal	0	No aplica	0	No aplica
Denuncia - Violación de confidencialidad	0	No aplica	1	N° inconcluso sin investigación: 1
Violencia en el lugar de trabajo (violencia física o amenazas contra la integridad de las personas)	0	No aplica	0	No aplica

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

2.4.2 Gestión de anticorrupción

GRI 3-3, GRI 205, GRI 206-1

Promovemos la transparencia en todos nuestros procesos, bajo estándares éticos y de anticorrupción que orientan nuestra toma de decisiones y gestión operativa. Para prevenir riesgos y fortalecer una cultura de integridad, contamos con los siguientes mecanismos y políticas:

- Reglamento Interno de Trabajo
- Política de Prevención de Delitos y Antisoborno
- Modelo de Prevención de Delitos (certificado en 2024)
- Política de Donaciones y Membresías
- Designación de un Oficial de Cumplimiento
- Matriz integral de riesgos
- Código de Ética
- Canal de Integridad

Del mismo modo cada año llevamos a cabo las siguientes actividades:

- Desarrollamos campañas que fomentan buenas prácticas y refuerzan la difusión de nuestro Código de Ética y Canal de Integridad como vía segura para realizar denuncias y/o consultas.
- Nos alineamos con los marcos legales nacionales e internacionales.

- Sometemos nuestro Modelo de Prevención de Delitos a auditorías rigurosas.
- El Oficial de Cumplimiento informa semestralmente al Directorio sobre el estado de los programas de Cumplimiento.

Cumplimiento regulatorio

GRI 2-27

Nos comprometemos a cumplir rigurosamente con la normativa legal en todas las áreas de nuestra operación, en la que cada área revisa y asegura el cumplimiento de su normativa aplicable .

Cumplimos con las regulaciones fiscales aplicables, sin adoptar estrategias para evadir el pago de impuestos ni transferir el valor generado a jurisdicciones de bajo impuesto o paraísos fiscales. Es así como no registramos casos significativos de incumplimiento de la legislación y las normativas.

Relacionamiento con funcionarios públicos

GRI 3-3, GRI 2-15, GRI 415-1

Mantenemos nuestro compromiso con un relacionamiento íntegro y transparente con las autoridades, respaldado por normas internas que regulan dicho relacionamiento.

En este marco, las donaciones y membresías, incluyendo aquellas vinculadas a asociaciones gremiales, son gestionadas a través del Área de Sostenibilidad, conforme al Procedimiento de Donaciones y Membresías, el cual establece instancias de revisión y aprobación que involucran a las áreas de Cumplimiento, Tributaria y, según corresponda, a la Gerencia General y al Directorio.

Para respaldar este enfoque, contamos con:

- Procedimientos para abordar fiscalizaciones y visitas de inspección de la autoridad.
- Protocolo para el pago de multas y cumplimiento de medidas correctivas.
- Política de Conflictos de Interés.
- Política de Donaciones y Membresías, que incluyen la evaluación de riesgos legales, tributarios, reputacionales y de vínculos con Personas Expuestas Políticamente.

En 2025, no realizamos contribuciones, directas ni indirectas, a campañas, partidos o representantes políticos. Nuestro Código de Ética establece que nuestros/as asesores/as pueden participar en actividades políticas a título personal, fuera del horario y lugar de trabajo, siempre que no utilicen su posición, funciones ni recursos de la compañía para dichos fines.

Tabla 14: Capacitación en Modelo de Prevención

Descripción	2024	2025
N° de asesores/as capacitados/as en el Modelo de Prevención	106	191
% de capacitación del Modelo de Prevención	96.40 %	100 %

2.5 Gestión de riesgos

GRI 2-16

Protegemos la continuidad de nuestro negocio y la creación de valor mediante un Modelo de Gestión Integral de Riesgos alineado a los estándares internacionales COSO¹⁰ y el Modelo de las Tres Líneas. Este enfoque nos permite anticipar amenazas y fortalecer nuestra resiliencia en un entorno dinámico, basándonos en los siguientes pilares:

- **Gestión continua y preventiva:** evaluamos constantemente la naturaleza cambiante de los riesgos para actuar anticipadamente.
- **Apetito de riesgo:** definimos límites de exposición aceptables que orientan nuestras decisiones estratégicas.
- **Matriz integral de Riesgos:** monitoreamos vulnerabilidades en áreas clave como operaciones, abastecimiento, cambio climático, inmobiliaria, proyectos, mantenimiento, retail digital, seguridad de la información, comercial, créditos y cobranzas, finanzas, personas y tecnología de la información.

¹⁰ Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission: Marco de referencia mundial para diseñar, implementar y evaluar el control interno y la gestión de riesgos empresariales.

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

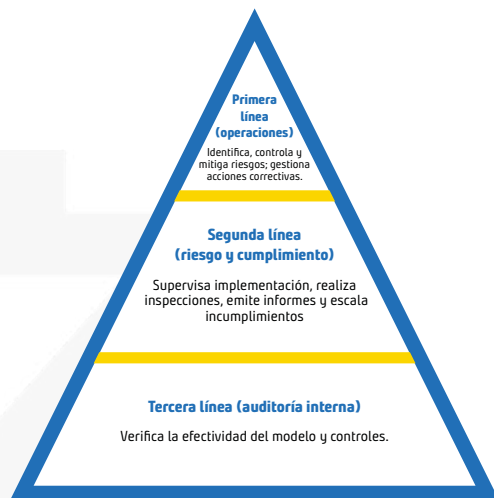
5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

- **Cultura descentralizada:** capacitamos a nuestras gerencias y referentes para que la gestión de riesgos sea parte del día a día.
- **Política de Gestión Integral de Riesgos:** define lineamientos generales, roles, responsabilidades, alcance, metodología, líneas de reporte y cultura de gestión de riesgos para toda la organización.
- **Procedimiento Operativo Estándar de Gestión del Riesgo:** establece la metodología para identificar, evaluar, valorar, tratar y hacer seguimiento a los riesgos.

Modelo de las Tres Líneas



Iniciativas realizadas

Iniciativa	Descripción	Resultados
Revisión periódica y actualización de la Matriz Integral de Riesgos	Las matrices de riesgos actualizadas de operaciones, abastecimiento, cambio climático, inmobiliaria, proyectos, mantenimiento, retail digital, seguridad de la información, comercial, créditos y cobranzas, finanzas, personas y tecnología de la información.	13 matrices de riesgos actualizadas
Capacitaciones en gestión de riesgos dirigidas a los focal point	Se capacitó a los focal point en la política y procedimiento de gestión integral de riesgos.	13 focal point capacitados
Reportes bimestrales y funcionamiento del Comité de Riesgos y Cumplimiento	Los comités se reúnen cada dos meses para supervisar riesgos, validar planes de mitigación y promover la cultura de riesgos.	6 reuniones del Comité de Riesgos ejecutados

Tabla 16: Dimensión y ponderación de evaluación del impacto potencial del riesgo

Dimensión ¹¹	Ponderación
Impacto en la vida humana o daños a personas que trabajan en nuestras tiendas o a nuestros/as clientes/as y terceros.	30%
Impacto legal o penal, en el cumplimiento regulatorio en las localidades donde operamos.	25%
Impacto en la reputación de la empresa.	25%
Impacto económico financiero de un evento o sus consecuencias.	20%

2.5.1 Tipología de riesgos

En 2025, se identificaron 521 riesgos, los cuales se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 15: Clasificación de riesgos

Clasificación de riesgos	2023	2024	2025
Altos	12	8	19
Medios	131	162	205
Bajos	389	305	297
Total	532	475	521



¹¹Para la evaluación de aquellos riesgos que tienen el potencial de impactar en más de una dimensión, la evaluación tiene en cuenta el impacto combinado en ambas dimensiones.

1
Sodimac y
Maestro

2
Lideramos
con ética y
responsabilidad

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

2.5.2 Gobernanza de la gestión de riesgos

Nuestra gestión de riesgos se sustenta en una estructura de supervisión integral. Mientras el Directorio (Estatuario Perú) recibe reportes trimestrales sobre el estado de los riesgos, la Gerencia General de Sodimac Perú lidera el apetito de riesgo y promueve una cultura preventiva. Este modelo se fortalece con la gestión directa de los dueños de procesos (risk owners) y el aseguramiento independiente de Auditoría Interna.

Comité de Riesgos y Cumplimiento

Es nuestro principal órgano de supervisión y monitoreo. Se reúne de forma bimestral para informar sus resultados a la Gerencia General, asegurando que la gestión de riesgos sea dinámica y efectiva.

Este comité destaca por su enfoque multidisciplinario, estando integrado por:

- **Liderazgo ejecutivo:** Gerente General y Gerencia de Administración y Control de Gestión.
- **Control y seguridad:** áreas de Gestión de Riesgos, Contraloría, Seguridad Física y Seguridad de la Información.

- **Operaciones y soporte:** gerencias de Operaciones, Abastecimiento, Inmobiliaria, Proyectos, Mantenimiento, Retail Digital y Tecnología de la Información.

- **Impacto y negocio:** áreas de Sostenibilidad, Gestión Ambiental, Comercial, Créditos y Cobranzas, Finanzas y Personas.

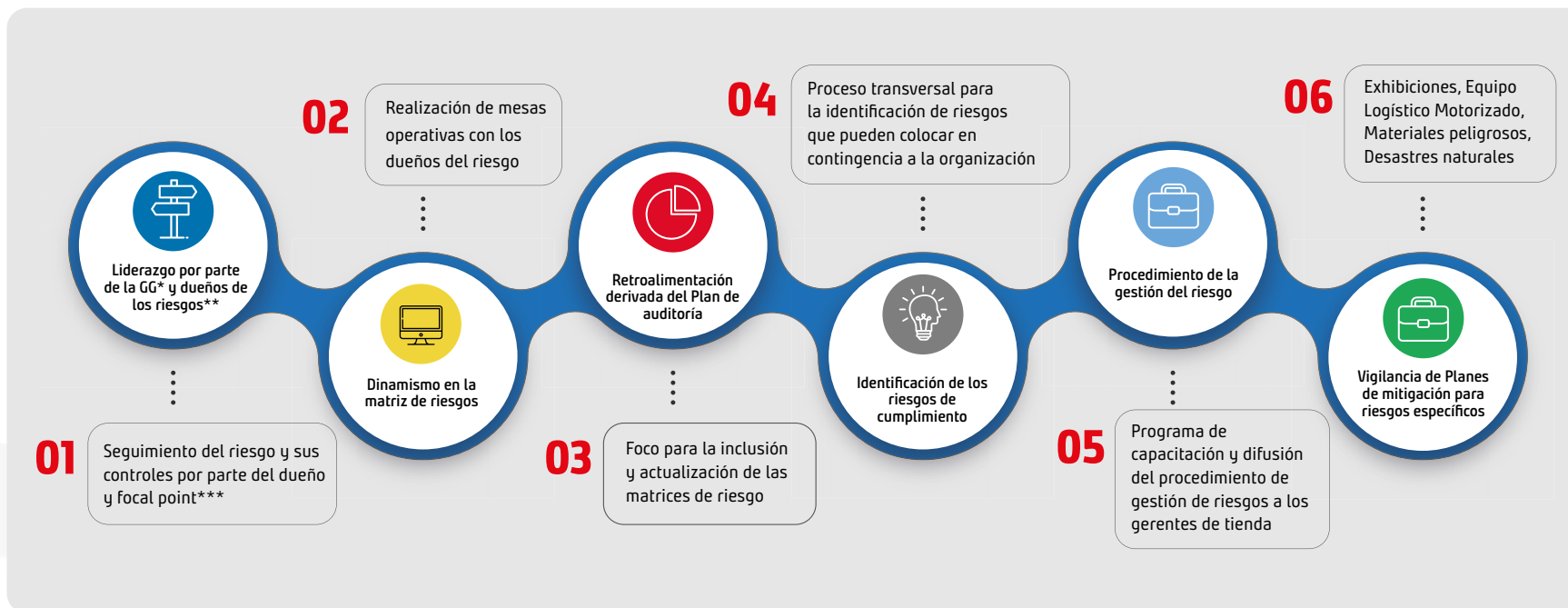
Sus principales funciones son:

- Supervisar y monitorear de manera constante la gestión de riesgos y el cumplimiento de la normativa vigente.
- Realizar seguimiento al plan anual y asegurar el avance de las acciones para reducir la exposición al riesgo.
- Definir y revisar acciones inmediatas frente a riesgos detectados que no cuenten con mitigación suficiente.
- Promover la conciencia y responsabilidad sobre los riesgos en todos los niveles de la empresa.



2.5.3 Cultura de gestión del riesgo

Al integrar la cultura de gestión del riesgo en cada nivel de la empresa, podemos anticiparnos y mitigarlos de manera más efectiva. Contamos con la siguiente estrategia:



(*) Gerencia General
 (**) Dueño del riesgo. Gerente del negocio
 (***) Focal point: responsables operativos de actualizar la matriz

2.6 Derechos humanos

GRI 3-3, GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25

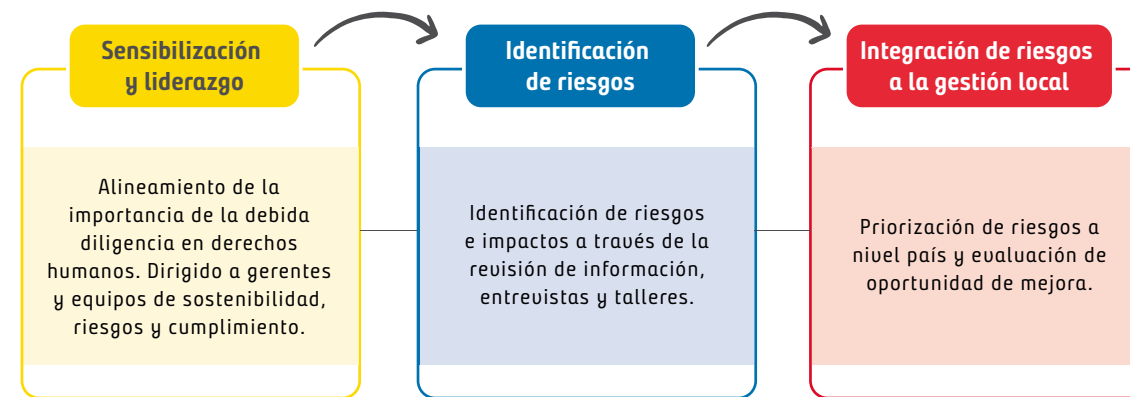
Promovemos condiciones laborales justas, el respeto por la diversidad y el bienestar de las comunidades. Por ello, somos parte de la Mesa de Trabajo Corporativa del Grupo Falabella de Derechos Humanos, en la cual participan representantes de todas las compañías del Grupo para coordinar la gestión en esta materia, supervisar la implementación del Programa de Derechos Humanos y compartir buenas prácticas. Esta instancia cuenta con la participación de la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento, de la Gerencia de Sostenibilidad, ambas de Falabella S.A., además de los Oficiales de Cumplimiento de Derechos Humanos de las compañías y los equipos de sostenibilidad.

Nuestros compromisos formales y específicos en materia de Derechos Humanos se actualizan cada tres años, siendo el área de Sostenibilidad la responsable de liderar y asegurar su cumplimiento a través de los siguientes lineamientos:

- Nos guiamos por los Principios Rectores de la ONU, la Declaración Universal de Derechos Humanos y la OIT para garantizar nuestro pleno respeto a los derechos humanos.

- Política de Derechos Humanos.
- Programa de Derechos Humanos de Falabella S.A.
- Canal de Integridad: Aborda consultas y denuncias vinculadas con los derechos humanos. Para mayor detalle, revisar la sección de Ética e Integridad.
- En 2022, desde el Corporativo, se realizó un Proceso de Debida Diligencia a nivel regional (México, Chile, Argentina, Brasil y Perú), abarcando oficinas, tiendas, Contact Center y Centro de Distribución. Esto nos permitió identificar riesgos, elaborar un plan de acción y asignar responsables, según los estándares de la ONU y la OCDE sobre conducta empresarial responsable.

Nuestras 54 tiendas cuentan con Planes de Gestión en Derechos Humanos. El proceso de elaboración de estos planes incluyó:



Los grupos vulnerables en materia de derechos humanos son los/as asesores/as, proveedores, comunidad, clientes y el medioambiente, lo que incluye temas de seguridad y salud, talento, condiciones laborales, privacidad de datos y mecanismos de reclamos.

En respuesta, asumimos compromisos clave supervisados por Sostenibilidad y Riesgos:

- Sensibilizar a nuestros líderes sobre la importancia de la debida diligencia.
- Evaluar y mejorar la gestión de riesgos.
- Implementar el plan de acción durante el periodo 2026-2028 considerando especialmente a todos nuestros grupos vulnerables.
- Actualizar nuestra matriz de riesgos de Derechos Humanos considerando todas las operaciones de negocio que puedan generar consecuencias en la organización y en las personas.

Nuestra Política Corporativa de Derechos Humanos y Empresa constituye un compromiso explícito con el respeto a los derechos fundamentales, habiendo sido aprobada por nuestro máximo órgano de gobierno y alineada a los principales estándares internacionales en la materia. Este marco de actuación abarca a nuestros empleados, proveedores y otros grupos de la cadena de valor, fundamentándose en los siguientes principios generales:

- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Lideramos con ética y responsabilidad
- 3 Clientes
- 4 Proveedores
- 5 Asesores
- 6 Comunidad
- 7 Medio Ambiente

- Respeto a los Derechos Humanos reconocidos internacionalmente.
- Promoción de una cultura organizacional diversa, equitativa e inclusiva.
- No discriminación arbitraria.
- Respeto de los derechos laborales y rechazo del trabajo forzoso.
- Respeto y promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes.
- Reconocimiento de la integridad como elemento central de la organización.
- Promoción de la transparencia en el desempeño de sus actividades.
- Protección y respeto del Medio Ambiente.

Tabla 17: Porcentaje de empleados y proveedores formados en Derechos Humanos

Indicadores	Porcentaje
Porcentaje de formación a nivel Gerencia (comité ejecutivo)	22.50
Porcentaje de formación a nivel Jefatura o coordinaciones	34.40
Porcentaje de formación a nivel Profesional (analistas, asistentes)	48.40



2.7 Ciberseguridad

GRI 3-3

Sodimac y Maestro gestionan la ciberseguridad a través del marco corporativo de Falabella, orientado a proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Este sistema se sustenta en lineamientos obligatorios que regulan el comportamiento de asesores/as y terceros:

- **Marco normativo interno:** contamos con políticas formales de Seguridad de la Información y Ciberseguridad, ambas de alcance corporativo y disposición interna.
- **Gobernanza y responsabilidades:** el Directorio define el apetito de riesgo, mientras que la ejecución recae en roles ejecutivos especializados como CISO¹², BISO¹³ y LISO¹⁴.
- **Integración en riesgos:** la ciberseguridad forma parte del modelo corporativo de gestión de riesgos, incluyendo identificación, evaluación y planes de acción formales.

Nuestra gestión operativa garantiza la resiliencia del negocio mediante:

- **Monitoreo y trazabilidad:** utilizamos el SOC¹⁵ corporativo para el registro de incidentes y el Procedimiento de Gestión de Riesgos para la trazabilidad de eventos.
- **Cultura y capacitación:** brindamos formación especializada sobre el programa de ciberseguridad a asesores/as profesionales y operarios.
- **Canales y cumplimiento:** disponemos de un canal de atención y procedimientos específicos para denuncias relacionadas a ciberseguridad.

Hitos y logros 2025

- Implementamos lineamientos y controles preventivos para el uso de GenAI alineados al Marco Normativo Corporativo. Esta iniciativa permitió reducir riesgos de fuga o exposición indebida de información interna mediante estándares de autenticación y modelos permitidos.
- Realizamos ejercicios de ethical phishing y capacitaciones para equipos de tiendas, centros de distribución y Oficina de Apoyo.
- Alineamos nuestra estrategia al *NIST Cybersecurity Framework*, estableciendo 19 indicadores clave con una meta de cumplimiento corporativo del 96%.
- Desplegamos la solución *Mobile Application Management (MAM)* para proteger la información corporativa en dispositivos móviles.

Perspectivas 2026

- Robusteceremos nuestras capacidades de ciberseguridad para aumentar el alcance de las revisiones y asegurar una adaptación ágil ante un entorno de amenazas cada vez más dinámico.

¹²CISO: Chief Information Security Officer
¹³BISO: Business Information Security Officer

¹⁴LISO: Oficial de seguridad de la información
¹⁵SOC: Security Operations Center o Centro de Operaciones de Seguridad



Capítulo 3

Nos

**apasionamos
por el cliente**



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Nos
apasionamos
por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Nuestra razón de ser es acompañar a cada cliente en la mejora de su hogar y su calidad de vida. Para ello, segmentamos nuestra atención en dos perfiles: cliente hogar y cliente profesional (PRO), lo que nos permite ofrecer una comunicación más cercana, comprender mejor sus necesidades y generar valor en cada interacción.



Son especialistas en el mejoramiento del hogar y la construcción, como empresarios, arquitectos, carpinteros y maestros expertos.

Buscamos ser sus socios estratégicos, ofreciéndoles asesoría experta, experiencias personalizadas y capacitación continua para impulsar el crecimiento de sus proyectos y negocios.

Programas:



Ferias de Construcción - Círculo de Especialistas¹⁶ (CES):

Impulsamos el crecimiento de 3,500 socios mediante 264 capacitaciones gratuitas, entregando 25,600 certificaciones técnicas que fortalecen sus competencias profesionales.



Gran Feria de Capacitación:

Consolidamos el mayor hito de formación gratuita del sector, descentralizando el evento por primera vez hacia Chiclayo y Arequipa. Reunimos a 7,000 asistentes y entregamos 12,000 diplomas en 170 capacitaciones que fortalecieron las capacidades técnicas a nivel nacional.



Día del Constructor:

Homenajeamos a 2,500 especialistas con el respaldo de 75 marcas aliadas, fortaleciendo el vínculo con nuestros socios y reconociendo su rol clave en el desarrollo del país.



Swisscontact:

En alianza con el instituto CAPECO, impulsamos el curso de Reforzamiento de Viviendas para socios del CES. Esta formación técnica logró 60 inscritos y 20 graduados certificados, fortaleciendo la construcción segura en el país.



Construye Bien:

Plataforma educativa sobre seguridad y formalidad en la construcción. Alcanzamos a más de 1 millón de personas a través de contenidos en redes sociales.



Módulos Maestrazo:

Espacio que integra todos los servicios para los clientes PRO en un solo lugar. Ofrece atención experta, ágil y personalizada mediante asesores/as con sólido conocimiento técnico.



Copa Construir:

Torneo de Fútbol 7 exclusivo para socios del CES que, en su segunda edición, unió a especialistas de todo Lima por sedes, fortaleciendo la comunidad y el sano esparcimiento.

¹⁶ Programa de fidelización que incluye beneficios gratuitos, descuentos, capacitaciones, atención personalizada, seguro de asistencia, etc.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Nos
apasionamos
por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente



CLIENTE HOGAR

Son las familias que confían en nosotros para el cuidado y renovación de su hogar.

Nuestro compromiso es brindarles una experiencia de compra única, combinando precios competitivos con espacios que inspiran, asegurando que cada cliente encuentre la solución ideal para sus necesidades.

Programas:



Decolovers:

Nuestra plataforma digital donde la inspiración se hace realidad. Junto a expertos, acompañamos a nuestros clientes en cada paso para transformar su hogar en el espacio que siempre soñaron.



Campañas multicategorías:

Nuestra estrategia conecta mensualmente con más de 10 millones de personas mediante medios masivos y digitales, ofreciendo soluciones integrales para que cada hogar sea el mejor lugar.

3.1 Experiencia del cliente

GRI 3-3

Colocamos a nuestros clientes en el centro de cada decisión porque nuestro propósito es facilitar la mejora de sus hogares y elevar su calidad de vida. Brindamos una atención cercana, adaptándonos a cada necesidad a través de WhatsApp, nuestra web o en nuestras tiendas.

Contamos con los siguientes lineamientos:

- **Medición de satisfacción del cliente:** Implementamos el modelo Net Promoter Score (NPS) en tiendas, comercio electrónico y área de Venta Empresas para evaluar la calidad de la experiencia del cliente.

- **Gestión de reclamos:** Monitoreamos y analizamos los reclamos recibidos para identificar áreas de mejora y reducir la incidencia de problemas en la experiencia del cliente.

Trabajamos para que toda interacción con nosotros sea ágil y sin complicaciones. Nos guía la escucha activa y la satisfacción de quienes nos visitan; así identificamos cómo mejorar y fortalecer ese servicio cercano que nos permite construir una relación de confianza en cada encuentro.

Para hacer realidad este compromiso, este año repotenciamos el "Felizómetro de mi Cliente", nuestro programa clave para consolidar esta cultura centrada en el usuario. Como parte de esta evolución, renovamos los "Miércoles de mi Cliente", estructurándolos en cuatro frentes estratégicos que impulsan la excelencia en el servicio:

La Casita Estrena

Espacio para conocer novedades y lanzamientos, fortaleciendo el asesoramiento al cliente.



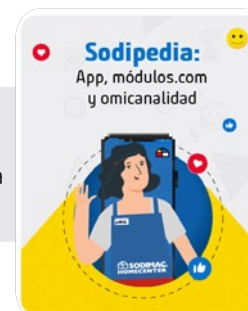
Yo Amo Mis Marcas

Iniciativa enfocada en profundizar el conocimiento de nuestras Marcas Propias.



Sodipedia

Fomenta el uso y entendimiento de nuestra app y de modulo.com.



Protocolo de Atención 4A

Refuerza la excelencia en el servicio a través de la aplicación de nuestras 4A.



- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 **Nos apasionamos por el cliente**
- 4 Proveedores
- 5 Asesores
- 6 Comunidad
- 7 Medio Ambiente

Iniciativas realizadas

Iniciativa	Descripción
Drop Box de devolución	<ul style="list-style-type: none"> Implementamos módulos de autoatención para agilizar los procesos de cambio y devolución en 39 tiendas (79% del total). Esta optimización impactó directamente en la satisfacción de nuestros usuarios, elevando el NPS en 1.3 puntos.
Formulario digital de devoluciones	<ul style="list-style-type: none"> Desplegamos esta herramienta en todas las tiendas con Drop Box para digitalizar la trazabilidad y agilizar el proceso. Gracias a esta implementación, logramos reducir el tiempo promedio de envío de notas de crédito a 12:19 minutos, superando con éxito nuestra meta operativa establecida de 15 minutos.
Backstore de retiro en tienda	<ul style="list-style-type: none"> Usamos códigos QR para agilizar el retiro de productos se expandió este año al 100 % de nuestras tiendas. Esta iniciativa ha sido fundamental para reducir el volumen de llamadas de consulta y elevar la satisfacción de los clientes a través de una entrega más rápida y eficiente
Miércoles de Mi Cliente	<ul style="list-style-type: none"> Relanzamos el protocolo de atención 4A¹⁷ para reforzar nuestra cultura de servicio en todas las tiendas. Esta iniciativa fue clave para elevar la excelencia en la atención, logrando incrementar nuestro NPS en 3.4 puntos con respecto al 2024.
Gestión de NSR y cajas	<ul style="list-style-type: none"> Desplegamos 295 equipos MPOS¹⁸ en 14 tiendas, reduciendo filas y tiempos de pago, con una adopción máxima de 11.67 % de operaciones procesadas vía MPOS. Ejecutamos el roll out de Self Check Out (SCO)¹⁹ en 16 tiendas, incorporando 75 nuevas cajas y 15 ampliaciones a nivel nacional, alcanzando 32% de participación en transacciones de cajas. Rediseñamos el modelo de NSR²⁰ mediante cobertura por zonas, mejoras en altura y optimización de espacios, alcanzando una capacidad de 86 mil reservas. Unificamos los roles de líderes de cajas y servicios en 50 tiendas, generando eficiencias en costos y fortaleciendo la gestión de indicadores de experiencia del cliente.

Iniciativa	Descripción
Digitalización y omnicanalidad	<ul style="list-style-type: none"> Incrementamos el parque de kioscos digitales en 15%, cerrando el año con 260 módulos, que generaron más de S/104 millones en facturación. Implementamos el botón de Venta Online Asistida (VOA), logrando un crecimiento de tráfico de 383% e incremento en ventas de 200%, consolidando la omnicanalidad como pilar estratégico. Las instalaciones de nuestra App Sodimac crecieron 255%, aumentando el uso en tienda en 22%.
Mesón de matizados	<ul style="list-style-type: none"> Implementamos turneros digitales²¹ en 14 tiendas, alcanzando 26 puntos de atención, lo que ayudó a ordenar mejor los turnos y reducir los tiempos de espera. Renovamos la imagen e infraestructura del mesón, creando espacios más funcionales e inspiradores para que los clientes puedan elegir sus colores y acabados con mayor comodidad.

Hitos y logros 2025

- Por segundo año consecutivo destacamos en el CX Index 2025, lo que reafirma nuestro compromiso por ofrecer una experiencia centrada en nuestros clientes.
- Registramos 4,368,079 clientes activos, lo que representa un crecimiento del 6.35% en comparación con 2024.
- Logramos un crecimiento sostenido en nuestro nivel de recomendación (NPS), alcanzando una puntuación de 68.2 puntos, lo que representa un incremento de 2.7 puntos en comparación con 2024.

- Superamos nuestra meta de atención en Click & Collect (C&C.²²) al lograr un tiempo promedio de 4.77 minutos.

Perspectivas 2026

- Impulsaremos el SQUAD de Cultura de Servicio, un equipo multidisciplinario que diseñará y ejecutará iniciativas que eleven la calidad de atención en todos nuestros canales, asegurando que la experiencia del cliente sea excepcional.

¹⁷Las 4A refieren a 4 conductas para hacer a nuestros clientes más felices: Aborda, Averigua, Asesora y Agradece

¹⁸MPOS (Mobile Point of Sale): Dispositivos móviles que permiten procesar pagos directamente en el piso de venta, reduciendo tiempos de espera y haciendo el cobro más rápido y flexible para nuestros clientes.

¹⁹SCO (Self Check Out): Cajas de autoatención donde los clientes pueden escanear y pagar sus productos por sí mismos, agilizando el proceso de compra y reduciendo tiempos de fila

²⁰NSR (Notas de Reserva): Sistema que nos permite organizar, clasificar y gestionar los pedidos de recojo y despacho, asegurando un control eficiente de la capacidad operativa en campañas y fechas de alta demanda.

²¹Optimiza la experiencia del cliente gestionando filas en cajas, atención al cliente o servicios personalizados. Permite asignar turnos vía pantallas o aplicaciones, reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia operativa.

²²Click & Collect (C&C) es el servicio mediante el cual nuestros clientes compran online y recogen su pedido en tienda.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Nos
apasionamos
por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

3.1.1 Reclamos

Garantizamos un proceso de atención transparente a través de nuestro Libro de Reclamaciones, disponible de forma física en todos nuestros establecimientos para quienes lo requieran. Asimismo, contamos con una versión digital accesible desde computadoras especialmente destinadas para este fin en nuestras tiendas, así como a través de nuestra página web y la App Sodimac.

Bajo este compromiso de servicio, gestionamos cada caso en un plazo máximo de tres días, cumpliendo con la normativa vigente y asegurando una respuesta ágil a nuestros clientes.

Tabla 18: Número de reclamos a través del libro de reclamaciones.

Reclamos	2024	2025
Libro de reclamaciones (físico + online)	9,283	10,895

Tabla 19: Detalle de amonestaciones relacionadas con la falta de idoneidad.

Descripción del hecho	Número de casos
Idoneidad del producto/Servicio	26
Demora en entrega	2
Gestión de extorno	0
Discriminación	1
Libro de reclamaciones /Falta de atención a reclamos	1
Servicios relacionados con productos financieros	11
Falta de entrega	1

3.1.2 Privacidad de datos

GRI 3-3

Protegemos la privacidad de nuestros clientes mediante una gestión transparente y el pleno ejercicio de sus derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición), a través de nuestros canales especializados. Durante 2025, reafirmamos este compromiso al atender el 100% de las solicitudes recibidas, garantizando una respuesta oportuna y respetuosa de la información que nos confían.

Gracias a la solidez de nuestros controles preventivos, durante el 2025 no registramos reclamaciones ante autoridades ni incidentes vinculados a la privacidad de datos. Este resultado refleja la eficacia de nuestro modelo de seguridad y reafirma nuestro compromiso con el resguardo de la información de cada cliente.

Tabla 20: Número de reclamos y denuncias formales

GRI 418-1

Descripción	2024	2025
Incidentes	0	0
Reclamaciones recibidas de terceros y corroboradas por la organización	0	0
Reclamaciones de autoridades regulatorias	0	0

Con el objetivo de seguir elevando nuestros estándares, consolidamos un nuevo manual de derechos ARCO que optimiza la atención de cada solicitud. Este trabajo nos permite fortalecer la consistencia de nuestros procesos, asegurar una respuesta más eficiente y, sobre todo, reducir el riesgo de futuros incidentes con los datos de nuestros clientes.

3.2 Seguridad y Salud del producto

GRI 3-3

En Sodimac y Maestro, la seguridad y salud de nuestros productos es fundamental para la sostenibilidad del negocio y la confianza de nuestros clientes. Garantizamos esta excelencia operativa mediante controles estrictos y procesos de mejora continua en toda la cadena de suministro, desde las especificaciones técnicas hasta la entrega final.



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Nos
apasionamos
por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Nuestra gestión cumple con estándares nacionales e internacionales, trabajando con entidades como DIGESA²³, DIGEMID²⁴, MINEM²⁵ y SENASA²⁶ para asegurar la calidad de productos sensibles y certificaciones de Eficiencia Energética. Para mantener esta exigencia, evaluamos mensualmente la calidad y auditamos anualmente a nuestros proveedores. Este seguimiento constante nos permite prevenir riesgos y mejorar cada día la experiencia que ofrecemos.

Esta estrategia de gestión de calidad en la cadena de suministro se articula bajo cuatro pilares fundamentales:



Complementamos este esquema con herramientas de autogestión que detectan rápidamente artículos con requisitos especiales, asegurando su cumplimiento normativo de manera oportuna. Actualmente, este control se despliega a través de dos frentes estratégicos:



Hitos y logros 2025

- Optimizamos la identificación de riesgos desde el origen para incluir a más productos y proveedores en nuestras inspecciones de calidad.
- Replanteamos la forma en que inspeccionamos nuestros productos para reducir al máximo cualquier riesgo en las categorías más críticas.
- Validamos 848 productos que cumplen con todos los permisos de seguridad, lo que representa un aumento del 21.3% frente al 2024.
- Alcanzamos un 40.85% en el control de calidad de productos que importamos, gracias a la ejecución del plan de eficiencia.

Perspectivas 2026

- Reestructuraremos nuestra aplicación de Gestión de Calidad para agilizar alertas en tienda y centralizar la trazabilidad de incidencias en tiempo real.
- Capacitaremos a los proveedores de productos sensibles (insecticidas, pesticidas y desinfectantes) en la gestión normativa de certificaciones ante DIGESA y DIGEMID para asegurar la vigencia de sus permisos y el cumplimiento legal.
- Implementaremos un manual de Buenas Prácticas de Manipulación para asegurar la correcta conservación y el control térmico de los alimentos perecibles para mascotas en todas nuestras tiendas.

²³Dirección General de Salud Ambiental

²⁴Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas

²⁵Ministerio de Energía y Minas

²⁶Servicio Nacional de Sanidad Agraria

²⁷VBA: Vendor Buying Agreement o Acuerdo comercial con proveedores.

1
Sodimac y Maestro

2
Gobierno Corporativo

3
Nos apasionamos por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio Ambiente

3.2.1 Cuidamos lo que llega a tu hogar: productos sensibles²⁸

Nuestra prioridad es garantizar que cada artículo regulado sea totalmente seguro para el cliente. Antes de su venta, verificamos rigurosamente el cumplimiento de los requisitos técnicos y legales mediante nuestro sistema de Autogestión de Control de Calidad, asegurando un ingreso al mercado conforme a la normativa.

Durante el 2025 asignamos 235 Clacom a productos sensibles como parte del visto bueno de control de calidad, y gestionamos la creación de 12,217 SKUs, de los cuales 1,060 correspondieron a productos sensibles evaluados bajo nuestros estándares de seguridad antes de su comercialización.

Tabla 21: Indicadores de productos considerados “sensibles”

Indicadores	2025
Inicio de medición	1/1/25
Fin de medición	31/12/25
Clacom ²⁹ asignadas a productos sensibles (al proceso de visto bueno de control de calidad)	235
SKU (código de productos) creados – No Marketplace ni Venta en Verde ni servicios	12,217
SKU (código de productos) creados sensibles – No Marketplace ni Venta en Verde ni servicios	1,060

Para asegurar una protección total, contamos con el Procedimiento Código Rojo, un estándar de respuesta inmediata que nos permite retirar del mercado cualquier producto con riesgos identificados ya sea por iniciativa propia o mandato de las autoridades. Este control se complementa con un monitoreo estricto de productos bloqueados, rastreando desde el stock hasta su resolución final. Gracias a esta gestión preventiva, en 2025 mantuvimos niveles de retiro mínimos, reafirmando la efectividad de nuestros filtros de calidad en toda la cadena.

Tabla 22: Indicadores de productos retirados

Indicadores	2023	2024	2025
Número total de casos de retiro de productos del mercado, ejecutados de manera voluntaria	9	123	18
Número total de casos de retiro de productos del mercado, ejecutados de manera involuntaria	1	17	3
Porcentaje de productos retirados del total producido o comercializado	0.02%	0.24%	0.03%

3.2.2 Inspecciones de productos a proveedores extranjeros

Importamos inventarios valorizados en USD 174,539,146.44, de los cuales inspeccionamos USD 71,301,512.59, asegurando el 40.85% del inventario importado con 2,352 inspecciones realizadas. La reducción del porcentaje inspeccionado respecto al año anterior responde a eficiencias aplicadas en la inspección en origen (FRI), priorizando proveedores y productos con mejor desempeño para optimizar gastos operativos.

3.2.3 Gestión de sustancias químicas y materiales peligrosos

[SASB CG-BF-250a.1] [SASB CG-BF-250a.2] [SASB CG-HP-250a.1] [SASB CG-HP-250a.3]

Nuestra gestión se divide en dos frentes críticos que aseguran la integridad de nuestra operación y la salud de nuestros clientes, alineándonos con los estándares internacionales de sostenibilidad.

- Sustancias químicas en productos:**
 Evaluamos el contenido de lo que vendemos mediante un enfoque basado en riesgos y peligros físico-químicos. Exigimos fichas de seguridad (MSDS/FDS) a nuestros proveedores para identificar sustancias de preocupación y químicos emergentes, lo que nos permite anticipar riesgos antes de que el producto llegue a nuestros clientes.
- Materiales peligrosos (MATPEL):**
 En nuestras tiendas y centros de distribución, aplicamos el procedimiento MATPEL para garantizar la manipulación segura de artículos inflamables, corrosivos o tóxicos. Este control operativo asegura que la logística de estos productos no comprometa la seguridad de nuestros/as asesores/as ni del entorno.

Asimismo, mantenemos una visión de mejora continua orientada a la futura integración de controles para Compuestos Orgánicos Volátiles (COV). Este enfoque busca fortalecer, de manera progresiva, nuestro compromiso con la calidad del aire interior y la seguridad ambiental de los productos que comercializamos.

²⁸Un producto sensible es aquel que, debido a su naturaleza, puede representar un riesgo para la salud, seguridad o bienestar de los consumidores si no cumple con ciertos estándares de calidad y regulaciones.

²⁹Clacom: Clasificación comercial del producto.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Nos
apasionamos
por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

3.3 Economía Circular y Consumo responsable

GRI 3-3

Fortalecemos nuestro compromiso con la economía circular mediante la instalación de estaciones de reciclaje estratégicas, diseñadas para que nuestros clientes gestionen sus residuos de forma eficiente.

El eje central de esta iniciativa es nuestra red de Puntos Limpios, centros de acopio especializados donde se reciben y clasifican materiales valorizables como papel, cartón, vidrio, metales, plásticos y RAEE³⁰. Esta estrategia permite reincorporar los residuos a una cadena de reciclaje formal, en alianza con las municipalidades, evitando su disposición en vertederos.



Hito 2025

Logramos recolectar 20 toneladas de residuos valorizables en nuestros 15 Puntos Limpios, lo que representa un incremento de 13 toneladas adicionales en comparación con el año 2024.

3.4 Ética publicitaria

GRI 3-3, GRI 417-1

La transparencia es el pilar de nuestra comunicación comercial. Bajo los lineamientos de gestión de calidad, supervisamos que el etiquetado y la publicidad de cada producto sean claros, precisos y veraces, garantizando el estricto cumplimiento de las normativas de organismos como DIGESA, DIGEMID, SENASA y estándares de eficiencia energética.

Para asegurar que nuestros clientes tomen decisiones informadas, exigimos que toda etiqueta esté en idioma castellano, redactada de forma clara, legible y completa, con la obligación de incluir:

1. Nombre o denominación del producto.
2. País de fabricación.
3. Para productos perecibles:
 - Fecha de vencimiento
 - Condiciones de conservación
 - Observaciones pertinentes
4. Condición del producto en caso se trate de un producto defectuoso, usado, reconstruido o remanufacturado.
5. Contenido neto del producto expresado en unidades de masa o volumen según corresponda.
6. En caso el producto contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.
7. Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su "Registro Único de Contribuyentes (RUC)".
8. Advertencia del riesgo o peligro que se deriva de la naturaleza del producto y su empleo cuando estos sean previsibles.
9. El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable.

Como parte de nuestra excelencia operativa, establecimos que el 100% de los nuevos registros de productos cuenten con permisos y documentación reglamentaria previa a su aprobación. Este modelo de control preventivo optimizó nuestra gestión mediante:

- **Eficiencia operativa:** Aplicamos un criterio de aprobación con expediente completo y un plazo de siete días para subsanaciones, reduciendo reprocesos y tiempos de coordinación.
- **Cumplimiento de productos sensibles:** De los 6,539 productos nacionales incorporados en 2025, validamos 848 artículos de categoría sensible (13% del total) bajo estrictos estándares de seguridad.
- **Control preventivo:** Fortalecimos la vigilancia regulatoria desde el ingreso del producto al mercado, asegurando que solo artículos conformes lleguen a nuestros clientes.

³⁰RAEE: Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Nos
apasionamos
por el cliente

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Hitos y logros 2025

- 0 casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos. [GRI 417-2]
- 0 casos de incumplimiento de la normativa relativos a comunicaciones de marketing, como publicidad, promoción y patrocinio. [GRI 417-3]

Perspectivas 2026

- Reducir el re-etiquetado de productos importados mediante una mejor coordinación con IDP³¹ y proveedores.



³¹ Ingeniero de Desarrollo de Producto: está en contacto con el proveedor para la fabricación de la mercadería de marca propia

Capítulo 4

Comprometidos
**con una cadena
sostenible**



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Comprometidos
con una cadena
sostenible

5
Asesores

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

4.1 Cadena de aprovisionamiento responsable

GRI 3-3, GRI 2-6

Nuestra gestión se enfoca en integrar criterios ambientales, sociales y de gobernanza en cada etapa de la operación: desde la planificación de la compra hasta que el pedido llega a manos de nuestros clientes.

Durante el 2025, fortalecimos nuestra logística priorizando el uso inteligente de los recursos y el trabajo ético con cada proveedor. A través de acciones concretas en nuestro Centro de Distribución y en la red de transporte, buscamos reducir el impacto en el medio ambiente y generar valor junto a nuestros socios comerciales.

Nuestra cadena se organiza en dos frentes estratégicos:

Proveedores de suministros y servicios:

empresas nacionales y extranjeras que nos brindan los insumos necesarios para nuestra operatividad diaria.

Proveedores de mercadería:

socios comerciales que nos proveen los productos que ofrecemos en nuestras tiendas de Sodimac y Maestro.

Tabla 23: Porcentaje, número y monto adquirido en soles por tipo de proveedores³²
GRI 204-1

Proveedores	% de proveedores	N° de proveedores	Monto adquirido (millones de soles)
Proveedores internacionales	24.37%	514	622,230,084
Proveedores nacionales	75.63%	507	1,930,753,998
TOTAL	100%	1021	2,552,984,082

Por otro lado, gestionamos el estatus de Creaciones Sostenibles, una herramienta de monitoreo permanente que mide nuestro avance en la incorporación de productos con atributos sostenibles en cinco ejes clave: Consumo Eficiente de Agua y Energía, Hogar Saludable, Circularidad y Reciclaje, y Producción Sustentable.

Objetivos y metas

Objetivos	Meta	Resultados o avances 2025
Reducir el número de viajes del CD a tiendas	Reducción de un 5% del número de viajes.	Logramos nuestra meta, implementando niveles intermedios en camiones para maximizar el uso de la altura y la capacidad de carga por viaje.
Promover la electromovilidad	Testar alternativas de electromovilidad u otras sostenibles.	Actualmente contamos con un vehículo híbrido. Asimismo, el servicio de transporte es tercerizado.
Impulsar la creación de productos sostenibles y ampliar el catálogo de ofertas sustentables hacia los usuarios mediante atributos intrínsecos	Alcanzar las 750 creaciones sostenibles.	Se lograron 553 creaciones sostenibles, logrando un 74% de la meta.

Iniciativas realizadas

Iniciativa	Descripción	Resultados 2025
Clasificación de pedidos de clientes vía sorter³³	Automatización del proceso para eliminar tareas manuales en la consolidación de pedidos.	1,000 pedidos clasificados por día, optimizando la productividad operativa.
Implementación de fajas elásticas para pallets	Sustitución del embalaje tradicional por el uso de fajas elásticas para asegurar la carga en los pallets.	Reducción del 10% en el uso de plástico (<i>stretch film</i>), optimizando el consumo de materiales.
Segmentación de productos MATPEL	Identificación y separación física de materiales peligrosos respecto a la mercadería regular.	Reducción de riesgos laborales, prevención de la contaminación y garantía del cumplimiento normativo.

³²Las cifras hacen referencia a los proveedores de mercadería para venta.

³³Sorter: Sistema automatizado de clasificación que utiliza cintas transportadoras para separar y dirigir los productos hacia sus destinos de despacho de forma automática y rápida.

- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 Clientes
- 4 **Comprometidos con una cadena sostenible**
- 5 Asesores
- 6 Comunidad
- 7 Medio Ambiente

Logros e hitos 2025

- Logramos la anexión de 150 proveedores al proceso de recepción continua en nuestro Centro de Distribución (CD).
- Implementamos guías de remisión electrónicas, optimizando el cumplimiento normativo y eliminando el uso de papel en este proceso.
- Incorporamos el uso de *roll containers* para el envío a tiendas, logrando una reducción del 5% en los tiempos de despacho y un 10% en el uso de film plástico (*stretch film*).
- Sustituimos el plástico de un solo uso por mantas de hasta 400 usos, logrando implementar más de 50 unidades en cinco tiendas y un CD capacitado, lo que optimiza nuestros tiempos operativos y reduce la generación de residuos.

Perspectivas 2026

- Implementaremos Inteligencia Artificial (IA) en procesos logísticos clave.
- Ejecutaremos un plan de automatización de equipos (trilaterales, apiladores y *order pickers*) para optimizar espacios y consumo de energía.
- Expandiremos el proyecto de zonificación para realizar despachos segmentados de acuerdo con la distribución física de cada tienda.
- Elevaremos el nivel de utilización de nuestros camiones (*Truck Utilization*) para maximizar la capacidad de carga y optimizar cada trayecto.
- Implementaremos el uso de mantas reutilizables a 10 tiendas adicionales para seguir reduciendo la generación de residuos.

4.1.2 Gestión sostenible de proveedores

GRI 3-3, GRI 414-1, GRI 414-2, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 2-4

La sostenibilidad de nuestra cadena de suministro nace con la elección de socios estratégicos. Integramos criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en nuestra relación comercial, priorizando el trabajo con proveedores que comparten nuestro compromiso con la integridad y los altos estándares de la compañía. Nuestra red de abastecimiento está conformada por proveedores nacionales de diversos tamaños, incluidas Mipymes, y por socios con operaciones de alcance internacional, lo que nos permite una segmentación adecuada para asegurar la excelencia en cada categoría.

Nuestros lineamientos incluyen:

- **Evaluación de proveedores comerciales (programa Sedex³⁴):** Garantiza el cumplimiento de normativas laborales, ambientales y éticas.
- **Autoevaluación de gestión de calidad:** Fortalece la mejora continua en la cadena de valor, asegurando que nuestros proveedores alineen sus procesos de fabricación, importación, distribución y comercialización de productos con los estándares de la norma ISO 9001 y nuestras Buenas Prácticas de Calidad.
- **Código de conducta para proveedores:** Garantiza operaciones íntegras en la totalidad de nuestros proveedores y terceros bajo lineamientos éticos, ambientales y sociales.

Asimismo, extendemos esta gestión a categorías críticas para asegurar el abastecimiento responsable de nuestros proveedores:

SASB CG-HP-250a.4, SASB CG-BF-430a.1

- **Productos forestales:** Requerimos a los proveedores declaraciones de origen legal y certificaciones (FSC³⁵/PEFC³⁶) para mitigar riesgos de informalidad en la cadena de madera.
- **Química verde:** Mantenemos canales abiertos para que los proveedores declaren productos con atributos de seguridad química a través de sus fichas técnicas, permitiendo la identificación de esta oferta según disponibilidad.

4.2.1 Evaluación a proveedores nacionales

En las evaluaciones del 2025, el Proyecto SEDEX logró que 8 proveedores nacionales concluyeran sus procesos, alcanzando un avance del 26%.

Tabla 24: Resultados de evaluación a proveedores nacionales

Proveedores nacionales	2023			2024			2025		
	Meta Perú	Resultados	% Avance	Meta Perú	Resultados	% Avance	Meta Perú	Resultados	% Avance
Autoevaluación SAQ ³⁷	26	1	4%	8	1	13%	28	7	25%
Por auditar bajo SMETA ³⁸	6	1	17%	3	3	100%	3	1	33%
Seguimiento SAQ	9	4	44%	2	1	50%	0	0	0%
Total³⁹	41	6	27%	13	5	54%	31	8	26%

³⁴SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange): Es una plataforma global que ayuda a las empresas a gestionar y mejorar sus prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social en la cadena de suministro.

³⁵FSC: Forest Stewardship Council o Consejo de Administración Forestal

³⁶PEFC: Programme for the Endorsement of Forest Certification o Programa para el Aval de la Certificación Forestal.

³⁷Cuestionario de Autoevaluación (SAQ): Conjunto de preguntas para que las empresas completen sobre sus prácticas comerciales, sistemas de gestión, políticas e información sobre los trabajadores.

³⁸SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit): Es una metodología de auditoría ética utilizada para evaluar el cumplimiento laboral, la seguridad, la salud, el medio ambiente y la ética empresarial en la cadena de suministro.

³⁹El total de los porcentajes se calculan realizando un promedio.

4.2.2 Evaluación a proveedores nacionales por tipo de auditoría e impactos

En 2025, de los 68 proveedores nuevos que realizaron la evaluación de Calidad, el 37.5% continúa trabajando con nosotros. Esto asegura que nuestros proveedores cumplan con los estándares en Gestión de Calidad, Gestión Ambiental y Responsabilidad Social.

Tabla 25: Resultados de evaluación a proveedores nacionales por tipo de auditoría e impactos

Tipo de auditoría	2025			
	% Proveedores nacionales evaluados	Proveedores nacionales evaluados	Con impactos ambientales negativos	Con impactos sociales negativos
Autoevaluación SAQ	25%	7	0	0
Auditoría SMETA	33%	1	0	0
Autoevaluación de Gestión de Calidad ⁴⁰	100%	68	0	0

4.2.3 Compromiso con el desarrollo de las Mipymes

Nuestra relación con las micro, pequeñas y medianas empresas se centra en facilitar su gestión y estabilidad. A través de la Gerencia de Datos Maestros, centralizamos la información de nuestros socios para ofrecerles un soporte a medida.

Para asegurar su fluidez financiera, cuentan con el Portal Financiero de Proveedores, donde gestionan sus pagos de forma autónoma. Además, reportamos trimestralmente el historial de pagos del año móvil a la Gerencia Financiera, garantizando el cumplimiento de nuestros compromisos y la salud económica de sus negocios. Asimismo, tenemos el compromiso de pagar a los proveedores PYME en un plazo máximo de 30 días.

Tabla 26: Índice Mypime nacional

Índice Mypime de proveedores nacionales	2025	
	N° de proveedores	% de proveedores
Proveedores de tamaño micro empresa	307	34.49%
Proveedores de tamaño pequeña empresa	524	58.88%
Proveedores de tamaño mediana empresa	59	6.63%
Total	890	100.00%



⁴⁰Los proveedores nuevos solo fueron partícipes de la Autoevaluación de Gestión de Calidad.

- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 Clientes
- 4 Comprometidos con una cadena sostenible
- 5 Asesores
- 6 Comunidad
- 7 Medio Ambiente

4.3 Satisfacción de proveedores

GRI 3-3

Fortalecemos la relación con nuestros socios comerciales a través del área de Desarrollo de Proveedores, que actúa como un canal de soporte y escucha activa. Nuestro objetivo es elevar su nivel de satisfacción mediante el acompañamiento en el cumplimiento de lineamientos y la gestión conjunta de mejoras, asegurando que su experiencia de despacho en nuestros Centros de Distribución sea cada vez más eficiente y colaborativa.

Iniciativas realizadas

Iniciativa	Descripción	Resultados 2025
Proyecto de Recepción Continua	<p>Implementamos un modelo de logística eficiente orientado a elevar la satisfacción de nuestros proveedores. Este sistema garantiza los siguientes beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Asignación de día y hora exacta para realizar sus despachos. ● Eficiencia en el uso de sus unidades (camiones). ● Reducción de los tiempos de atención en muelle. ● Reducción del uso del plástico (stretch film) ● Optimización de personal de descarga. 	<p>Logramos que 180 proveedores operen bajo esta modalidad, alcanzando un 80% de avance respecto a nuestra meta de implementación.</p>
Visitas en campo al Centro de Distribución	<p>Invitación a los equipos logísticos de nuestros proveedores para conocer la operación en planta y fortalecer la relación comercial.</p>	<p>Fortalecimos la sinergia y el entendimiento técnico de los procesos logísticos con nuestros socios.</p>

Hitos 2025

- En septiembre de 2025 realizamos por primera vez una encuesta dirigida a nuestros proveedores del Centro de Distribución Lurín, la cual nos permitió identificar oportunidades de mejora en nuestra operación y estableció un ciclo de medición semestral orientado a fortalecer la confianza y la relación a largo plazo con nuestros socios.

Perspectivas 2026

- Desarrollaremos en marzo la segunda edición de la encuesta para proveedores.
- Invitaremos a más proveedores a sumarse al modelo de Recepción Continua para lograr un avance superior al 80%.





Capítulo 5

Somos un
solo equipo



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.1 Gestión del talento laboral

GRI 3-3

En Sodimac y Maestro promovemos el desarrollo de nuestros/as asesores/as mediante condiciones laborales justas, capacitación continua y oportunidades de crecimiento. Además, impulsamos una cultura colaborativa que promueve la diversidad y la igualdad de oportunidades, fortaleciendo el compromiso y el sentido de pertenencia de nuestros equipos.

Para lograrlo, contamos con políticas clave:

- Política de Diversidad e Inclusión
- Política de Derechos Humanos
- Política de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Política de Remuneraciones

Además, evaluamos nuestra gestión a través de indicadores como la participación en programas de bienestar, evaluación de desempeño, encuesta de cultura y equilibrio salarial.

5.1.1 Conformación de nuestro equipo

GRI 2-7, GRI 2-8, GRI 405-1

En 2025, contamos con 7,124 asesores/as, de los cuales:



41% (2,930)
mujeres



59% (4,194)
hombres

En relación con nuestra fuerza laboral tercerizada, esta estuvo conformada por 955 asesores/as quienes realizan principalmente labores de limpieza, vigilancia, seguridad y apoyo en carga, entre otros servicios.

Tabla 27: Número de asesores/as por tipo de jornada, región y género 2025

N° de empleados a jornada completa		Hombres	Mujeres	No binario	Total
# de empleados a jornada completa	Lima Callao	2,430	1,647	0	4,077
	Centro	193	96	0	289
	Norte	790	343	0	1,133
	Sur	425	270	0	695
# de empleados a jornada parcial	Lima Callao	180	366	0	546
	Centro	24	21	0	45
	Norte	74	107	0	181
	Sur	78	80	0	158



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Tabla 28: Número de Asesores/as por categoría laboral y por género

Cargo	2024				2025			
	Hombres	Mujeres	No binario	Total	Hombres	Mujeres	No binario	Total
Administrativos	2	5	0	7	1	6	0	7
Alta gerencia	5	3	0	8	5	3	0	8
Gerencias medias	72	47	0	119	94	70	0	164
Mandos intermedios	189	224	0	413	434	314	0	748
Operaciones	303	205	0	508	515	560	0	1,075
Vendedores	3,664	2,519	0	6,183	3,145	1,977	0	5,122
Total	4,235	3,003	0	7,238	4,194	2,930	0	7,124

Tabla 29: Número y porcentaje de altos directivos contratados de la comunidad local

GRI 202-2

Indicadores	2024	2025
Número de ejecutivos que provienen de la comunidad local	90	100%
% de ejecutivos que provienen de la comunidad local vs el total de ejecutivo	134	96.40%

5.1.2 Marca empleadora

Nuestra marca empleadora refleja una fuerte presencia en el mercado. Impulsamos una cultura que motiva y alinea a nuestros/as asesores/as, convirtiéndolos en embajadores de nuestros valores y propósito: "Simplificar y disfrutar más la vida".

Nos diferenciamos por cuatro atributos que hacen de nuestra empresa un gran lugar para trabajar:

Nuestros 4 tributos de marca



Soñamos en grande

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



Crecemos en Equipo

Nos encontramos en constante aprendizaje y nos desafiamos a crecer en equipo.



Actuar pensando en los demás

El trabajo que realizamos cuida a todas las áreas de nuestra empresa: asesores/as, clientes/as y comunidad.



Estamos Empoderados

Nos caracteriza nuestra pasión por el trabajo y lo hacemos con confianza, libertad y apoyo mutuo mientras desarrollamos nuestro espíritu emprendedor.

Reforzamos nuestra marca empleadora mediante campañas, ferias de capacitación y eventos con proveedores, entre otras iniciativas. A nivel regional, contamos con una cuenta corporativa de Sodimac en LinkedIn, que registra cerca de 797 mil seguidores y más de 1.5 millones de impresiones en el período comprendido entre el 22 de enero de 2025 y el 22 de enero de 2026.

- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 Clientes
- 4 Proveedores
- 5 **Somos un solo equipo**
- 6 Comunidad
- 7 Medio Ambiente

Tabla 30: Resultados LinkedIn

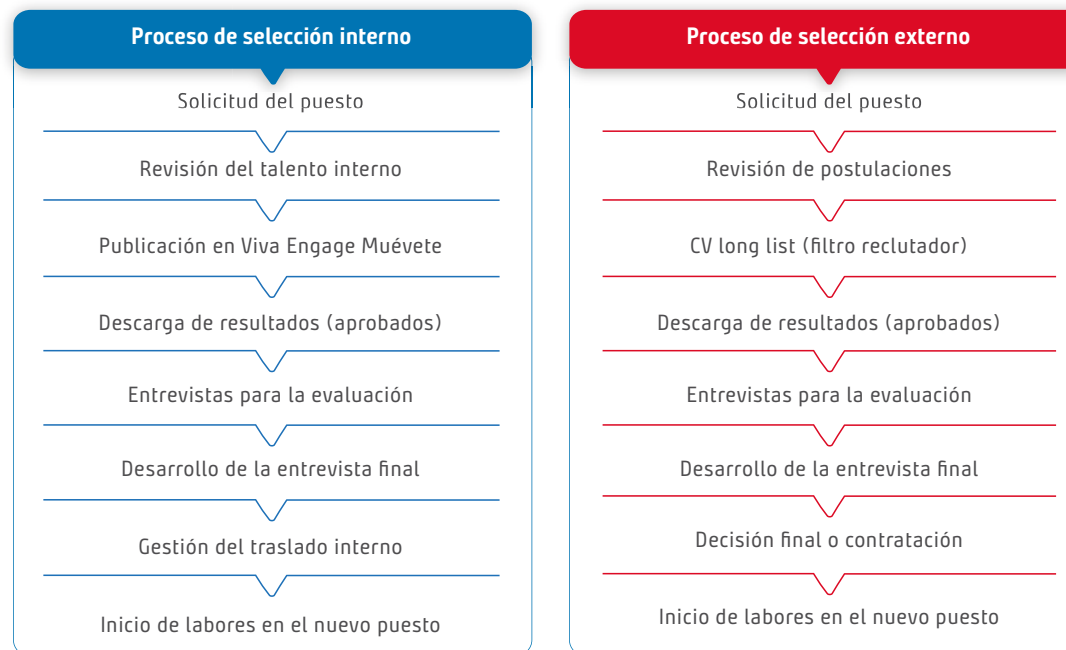
Indicadores	Resultados
N° de seguidores	797,256
N° de impresiones	1,776.684
N° de reacciones	23,099
N° de comentarios	761
N° de compartidos	257

5.1.3 Gestión de la empleabilidad y atracción del mejor talento

GRI 401

Nuestro proceso de reclutamiento y selección es completamente digital, lo que nos permite hacerlo ágil y accesible para todas las personas. Simplificamos cada etapa para desarrollar un proceso eficiente y descentralizado que alcanza a todas nuestras unidades de negocio.

Presentamos nuestro proceso de selección que aplicamos para Sodimac y Maestro:



En Sodimac y Maestro llevamos a cabo procesos de selección

- Incorporamos en nuestras evaluaciones metodologías ágiles como design thinking, donde desafiamos a nuestros candidatos/as a resolver casos de manera grupal e individual.
- Nuestros líderes se enfocan en evaluar las competencias y aplican herramientas sin sesgos, mediante:
 - a. Revisión de CV semiciego: Se toman decisiones considerando la experiencia laboral previa del candidato, retirando del CV características como etnia, edad, sexo, nacionalidad, religión, orientación sexual, estado civil, e incluso la foto con el objetivo de reducir los sesgos inconscientes.
 - b. Paridad de género en la terna: Contamos siempre con una mujer en la terna finalista para procesos ejecutivos. Esto nos permite aumentar el número de mujeres en posiciones estratégicas y fomentar el liderazgo femenino.

En 2025 incorporamos a 1,575 nuevos/as asesores/as, reforzando nuestros equipos y acompañando el crecimiento de nuestras operaciones en las distintas áreas de la compañía.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.1.4 Clima y cultura

Promovemos una cultura basada en valores compartidos, la colaboración y el orgullo de pertenecer a la compañía. Con ese propósito, impulsamos iniciativas que fortalecen la identidad organizacional y el compromiso de nuestros equipos.

Nuestra estrategia integra programas de reconocimiento, encuestas de clima laboral y espacios de escucha activa, junto con iniciativas de desarrollo, liderazgo y capacitación. También promovemos acciones orientadas al bienestar físico y socioemocional de nuestros/as asesores/as.

Esta propuesta combina una cultura centrada en las personas, el trabajo colaborativo y la pasión por el cliente, consolidando a la compañía como un empleador atractivo, confiable y con oportunidades de crecimiento a nivel regional.

Durante 2025, impulsamos diversas iniciativas para fortalecer su propuesta de valor como empleador, entre ellas campañas internas y externas que visibilizaron la experiencia de los/as asesores/as, el propósito corporativo y las oportunidades de desarrollo; activaciones y eventos que reforzaron la cultura organizacional y el orgullo de pertenencia; y programas de reconocimiento que destacaron comportamientos alineados con nuestros valores y la excelencia en la atención al cliente.

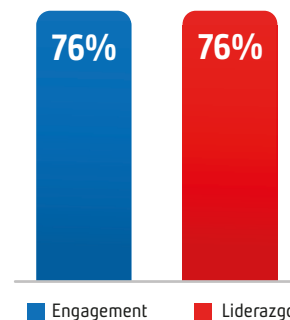
Contamos con objetivos transversales que miden la efectividad de nuestra gestión de clima y cultura laboral. En 2025, hemos alcanzado resultados conforme a lo propuesto por el área:

- **Compromiso (engagement):** alcanzamos un 76% de engagement.
- **Percepción del liderazgo:** registramos un 76% de valoración del liderazgo.
- **Satisfacción con los beneficios:** obtuvimos un 78% de satisfacción con los beneficios.
- **Cultura de reconocimiento:** alcanzamos un 80% en reconocimiento por parte del jefe directo y un 70% en reconocimiento habitual.

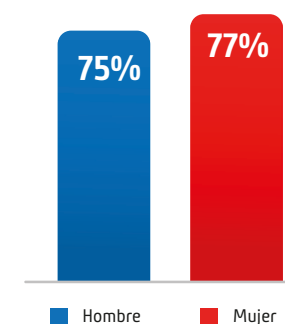


Asimismo, como cada año, participamos de la Encuesta de Cultura, principal herramienta de escucha que nos permite seguir fortaleciendo la experiencia de nuestro equipo y evaluar cómo estamos frente a otras empresas del grupo Falabella. Fue aplicada en octubre y participaron el 90% de asesores/as:

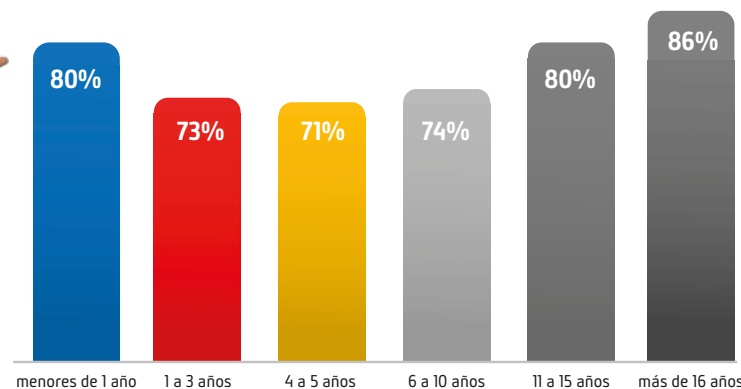
Resultados generales - Encuesta de Cultura 2025



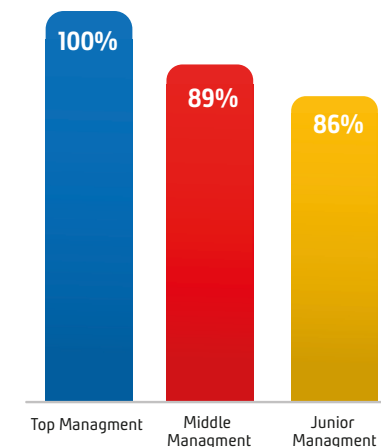
Engagement por segmentación de públicos



Engagement por tiempo de servicio



Engagement por posición



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Programas de clima y cultura 2025

#RECONOCER *Es valorar lo que somos*

Tiene como objetivo motivar a los/as asesores/as a cumplir con nuestros valores corporativos, reconociendo el desempeño destacado. Gracias a este programa, premiamos a los/as asesores/as que destacan por alguna conducta o resultado especial que refleje nuestra cultura. Adicionalmente, mediante nuestra plataforma de reconocimiento fomentamos el reconocimiento continuo y 360 entre nuestros/as asesores/as. Con el reconocimiento contribuimos a generar un ambiente positivo y estimulante que promueva la productividad y eficiencia. Durante el 2025, se realizaron 7815 reconocimientos.



Generamos un espacio de confianza con los líderes de la organización, orientado a identificar necesidades con impacto en nuestra cultura. Este canal fortaleció la cercanía entre los equipos de liderazgo y los/as asesores/as de nuestras sedes, promoviendo una comunicación más directa y efectiva. En 2025, implementamos esta iniciativa en tiendas de Lima y provincias, bajo el liderazgo de Valeria Vásquez, Gerenta de Personas y Sostenibilidad.



Contamos con una red de 191 asesores/as de tiendas y del Centro de Distribución que amplifican la comunicación de temas de cultura, sostenibilidad y comunicaciones del negocio (CCS). Esta red refuerza la comunicación verbal, complementa nuestro ecosistema de medios y promueve la escucha activa y la difusión de mensajes clave entre sus equipos. Asimismo, el programa incluye capacitaciones mensuales para fortalecer sus habilidades de comunicación y liderazgo, junto con un reconocimiento trimestral por su contribución.



En el marco de la estrategia del negocio, impulsamos actividades orientadas a su despliegue y adopción en la organización. Iniciamos con un Summit dirigido a líderes, donde compartimos la estrategia, sus pilares y principales acciones. Posteriormente, con el objetivo de fortalecer nuestro enfoque ágil, desarrollamos un taller liderado por el equipo de Estrategia, que permitió identificar oportunidades de mejora y avanzar en la consolidación de la agilidad.

TOWN HALL

SOMOS UN SOLO EQUIPO

Cada trimestre reunimos al equipo de Oficina de Apoyo y a los/las gerentes de tienda para presentar avances y proyectos de la organización, fortaleciendo la alineación y el intercambio entre equipos.

"UPSS" LA FREGUÉ

Generamos un espacio orientado a fortalecer la confianza a partir de la apertura de nuestros líderes, promoviendo la empatía y el desarrollo del potencial del equipo. A través de la compartición de experiencias reales, impulsamos el desarrollo de capacidades ágiles, estratégicas e innovadoras. En 2025, contamos con dos speakers, previamente preparadas para compartir sus historias, y un moderador interno que condujo la conversación y la reflexión. Los participantes fueron seleccionados por su experiencia en el negocio y su influencia en sus equipos, asegurando un impacto relevante en la dinámica grupal.

JEFE/A DE VENTA 360°

Un programa iniciado en equipos de ventas y extendido en 2025 hacia los equipos logísticos de tiendas que busca movilizar la conducta y la actitud de servicio con foco en mejorar la venta de nuestro negocio. Desde cultura, se forjaron rituales culturales que ayudan a socializar constantemente las palancas del negocio. Adicionalmente, de la mano del equipo de comercial y operaciones, se ha logrado transversalizar los procesos generando un trabajo en conjunto. Además, se generó un plan de comunicación enfocado en las palancas y pilares del negocio que permiten generar recordación.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.1.4.1 Bienestar

GRI 401-2

En Sodimac y Maestro, las personas están al centro de todo lo que hacemos. Por eso, el bienestar es un pilar esencial de nuestra gestión. Buscamos que cada asesor/a viva una experiencia positiva, se sienta acompañado y cuente con espacios que promuevan su salud física, emocional y social.

A través de distintas iniciativas y programas, impulsamos hábitos saludables, brindamos apoyo oportuno y generamos actividades que fortalecen la integración y el buen clima laboral. Nuestro compromiso es seguir construyendo un entorno saludable, seguro, respetuoso y humano, donde todos puedan desarrollarse y sentirse bien en cada etapa de su vida laboral.

Como parte de nuestro compromiso con el bienestar integral, contamos con un plan de beneficios diseñado con beneficios adicionales a los de ley para acompañar a nuestros/as asesores/as en cada etapa de su vida reafirmando nuestro propósito de cuidar a nuestra gente.

Nuestro Plan de Beneficios Juntos está presente:



- Cuando nuestras familias nos necesitan,
- Cuando queremos priorizar nuestra salud,
- Cuando buscamos estabilidad financiera,
- Cuando vivimos momentos especiales o difíciles, o
- Cuando necesitamos tiempo para nosotros.

Por ello, se divide en las siguientes dimensiones:



VIDA SALUDABLE

Porque queremos que nuestros/as asesores/as se encuentren bien y con buena salud. Por eso contamos con beneficios que te permiten cuidar tu bienestar y mantener hábitos saludables. Entre los que tenemos: Programa Confía, Plan EPS, Seguro oncológico, Día saludable, entre otros.



TIEMPO EN FAMILIA

Porque tenemos beneficios que permiten disfrutar más y aprovechar más del tiempo con la familia. Entre los que tenemos: Mi primer día en el cole, Mami regresa feliz, + Alimento para mi bebé, Recibiendo a mi bebé, Chikicaminata, entre otros.



BIENESTAR FINANCIERO

Porque sabemos que la economía es la base y sustento de la familia. Aquí contamos con beneficios que permiten disfrutar más con quienes más queremos. Entre los que tenemos: Descuentos para asesores/as, Mejorando mi Casita, Adelanto de apoyo, Bonos de apoyo por situaciones específicas, De vuelta a clases, convenios educativos, pack navideño, entre otros.



TIEMPO LIBRE

Contamos con beneficios pensados en ayudar a nuestros/as asesores/as a balancear su tiempo y disfrutar más de la vida. Entre los que tenemos: Me cuido, Te cuido, Estamos contigo, Recibiendo a mi nietecita/o, Día libre por cumpleaños, +Tiempo para mí, entre otros.



DIVERSIÓN

Aquí brindamos diversos convenios corporativos pensados en el entretenimiento y disfrute de nuestros/as asesores/as junto a sus familias.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Iniciativas	Descripción
Vive + Saludable	Programa orientado a promover hábitos de vida saludables entre los/as asesores/as, que se implementa mediante la entrega semanal de frutas todos los viernes de cada mes y que se mantiene vigente en 2025 con cobertura en todas las sedes a nivel nacional.
Charlas y talleres de bienestar integral	Iniciativa orientada a promover estilos de vida saludables y el bienestar integral de las personas, abordando temas como manejo del estrés, nutrición, cuidado del sueño, gestión del tiempo y de las emociones. En 2025 se fortaleció mediante la realización de charlas sobre salud mental, prevención del cáncer de mama, relevancia de la vacunación y prevención de enfermedades como diabetes, hipertensión arterial y afecciones respiratorias.
Programa Mi Salud Mi Vida	Programa desarrollado junto a nuestro aliado EsSalud, orientada a fortalecer el bienestar integral y promover la educación en salud de nuestros/as asesores/as, mediante la realización de tamizajes de las enfermedades más prevalentes y el acompañamiento posterior para fomentar estilos de vida saludables.
Campañas de bienestar	Iniciativa desarrollada junto a distintos aliados estratégicos, orientada a promover el bienestar integral de nuestros/as asesores/as, mediante la implementación de campañas de nutrición, descarte de enfermedades y jornadas de vacunación gratuita en alianza con entidades y proveedores especializados.
Ferias de bienestar y beneficios	Iniciativa desarrollada en alianza con distintos proveedores y entidades, orientada a promover el bienestar integral de nuestros/as asesores/as, a través de la realización de ferias en las que accedieron de manera gratuita a diversos servicios, así como a la adquisición de productos a precios preferenciales.
Programa Juntos Nos Cuidamos	Programa que cuenta con diversas acciones de contención en 5 frentes: Salud física, salud mental, salud social, entorno saludable y salud accesible.

5.2. Alineamiento organizacional

GRI 3-3, GRI 404

Garantizamos que todos los/as asesores/as tengan acceso a oportunidades de desarrollo mediante una estrategia integral centrada en las necesidades reales del negocio y de las personas. Diseñamos programas formativos específicos para cada segmento, tanto en tienda como en áreas de soporte, con el fin de fortalecer sus competencias técnicas y específicas. Este enfoque nos permite ofrecer rutas de aprendizaje que responden a los distintos momentos de carrera de nuestros/as asesores/as, asegurando que todos puedan acceder a herramientas que impulsen su crecimiento profesional. A través de estos programas promovemos:

- Continuidad del liderazgo, formando a los líderes actuales y futuros para asegurar la sostenibilidad de la operación.
- Desempeño sostenible, desarrollando habilidades que contribuyen a una ejecución más efectiva y alineada a los estándares del negocio.
- Salud organizacional, fortaleciendo ambientes que promuevan el bienestar, la colaboración y una cultura centrada en las personas.

A partir de ello, consolidamos un modelo de desarrollo inclusivo y accesible, que potencia el talento interno y fomenta la movilidad y el crecimiento dentro de la compañía.

En 2025, y en línea con este enfoque, impulsamos diversas iniciativas orientadas al desarrollo de capacidades y al fortalecimiento del liderazgo interno. Como resultado, nuestros programas de desarrollo profesional obtuvieron los siguientes resultados:

- Comenzamos a utilizar la inteligencia de talento para potenciar, a través de la data, los programas de desarrollo, logrando que en 2025 estos abordaran de manera más directa las necesidades del negocio.
- Desarrollamos el programa Jefes 360 con el objetivo de fortalecer las capacidades de liderazgo y gestión de los Jefes/as de Venta, logrando que en 2025 el 62% de los participantes culminara satisfactoriamente el proceso formativo.
- Impulsamos el talento interno a través del programa Futuros Líderes, alcanzando que en 2025 el 77 % de los participantes se graduara.
- Fortalecimos el conocimiento técnico integral a través de la Evaluación de Conocimiento Integral, alcanzando en 2025 una nota promedio general de 90,8 %, lo que representa un incremento de 0,6 % respecto a 2024.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

- Como parte del programa Dueños de Nuestra Casa, 43 Gerentes de Tienda realizaron exitosamente sus conversaciones de desarrollo junto a sus líderes directos, fortaleciendo el autoconocimiento de las competencias específicas del rol. Este proceso permitió dar paso a la siguiente etapa, Plan de Aprendizaje, en la que los participantes trabajarán el cierre de brechas de sus competencias mediante la aplicación de la metodología 70-20-10, promoviendo un desarrollo integral y sostenible del liderazgo en la organización.

5.2.1 Impulso al desarrollo del talento

GRI 404-1

En 2025, impulsamos el desarrollo de capacidades a través de nuestros diversos programas de formación, alcanzando un total de 136,154 horas de capacitación. Este esfuerzo se orientó a consolidar una oferta formativa alineada a las necesidades del negocio y de nuestros equipos, con foco en la calidad de los contenidos y en la profundidad del aprendizaje.

En promedio, cada colaborador recibió 15 horas de formación durante el año, promoviendo el aprendizaje continuo y el fortalecimiento de competencias clave en la organización.

Tabla 31: Número de horas de capacitación

Descripción	2024	2025
Horas de capacitación totales	266,915.20	136,154
Número de horas de capacitación de mujeres	109,001.57	54,553.1
Número de horas de capacitación de hombres	157,913.63	81,600.9

Tabla 32: Cantidad promedio de horas de formación por colaborador

Descripción	2024	2025
Cantidad promedio de horas de formación laboral para empleado	31	15.03
Horas de formación al año de cualquier tipo por empleado a nivel global	31	15

Iniciativas y programas realizados

a) Capacitación técnica Venta Proyecto

Acción	Descripción	Resultado
Potenciamos nuestra Estrategia de Venta Proyecto	Actualizamos 40 cursos de nuestro catálogo, incorporando un enfoque de aprendizaje por asociación que permitió reducir en un 50 % el tiempo requerido para la adquisición de conocimientos.	Capacitamos a 2,087 asesores/as con los nuevos contenidos.
Trabajo colaborativo con nuestros Proveedores Clave	Adoptamos un modelo híbrido de capacitación en conjunto con nuestros proveedores clave, lo que nos permitió llegar a todas las tiendas a nivel nacional y reforzar los conocimientos del mix de productos disponibles en sala de venta.	Contamos con la participación de 150 proveedores, quienes a través de plataformas online y visitas presenciales a tiendas complementaron la capacitación teórica, fortaleciendo competencias técnicas e impactando a 2,210 asesores/as.
Ferias de Conocimiento que impulsan el concepto de "Proyecto Completo"	Con el objetivo de incrementar el conocimiento cross en las familias de mayor contribución para el negocio, lanzamos dos ediciones de la Feria de Conocimiento bajo un esquema híbrido, con participación presencial de tiendas de Lima y transmisión en vivo para tiendas de provincia.	Capacitamos a 491 participantes entre ambas ediciones, lo que equivale a 3,108 horas de capacitación.
Lanzamos nuestra malla de capacitación en Marcas Propias	Diseñamos e implementamos una malla de capacitación compuesta por 16 contenidos, en formato de microcápsulas, con el objetivo de seguir posicionando nuestras marcas propias como un elemento clave en la asesoría experta.	Reforzamos los atributos de valor de cada marca según su categoría, fortaleciendo la capacidad de posicionarlas como la primera opción a ofrecer a nuestros clientes de acuerdo con sus necesidades.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

b) Capacitación en habilidades comerciales

Acción	Descripción	Resultado
Renovamos y potenciamos nuestras herramientas Coaching en acción	Renovamos nuestras herramientas de Coaching en Acción con el objetivo de crear un espacio de medición y feedback inmediato, con foco en la venta omnicanal, incorporando nuevos módulos asociados a nuestra oferta de valor en 13 familias comerciales y habilitando contenidos de microlearning para cerrar brechas de conocimiento directamente en el piso de ventas.	Realizamos 8,945 evaluaciones a nivel nacional, abarcando las 54 tiendas de la compañía.
Creamos nuestra malla sobre "Tendencias y Diseño"	Con el propósito de potenciar la asesoría en tienda en categorías blandas, desarrollamos una malla de capacitación compuesta por seis cursos en formato microlearning, basados en los estilos decorativos de Sodimac.	Generamos 500 horas de capacitación, alcanzando a 553 asesores/as.
Lanzamos nuestro "Escuadrón Momos"	Con el objetivo de acelerar el cierre de brechas de capacidades y conocimiento en Venta Proyecto en familias clave del negocio, conformamos un equipo de seis expertos que realizaron un acompañamiento especializado y estratégico en tiendas seleccionadas.	Impactamos a 405 asesores/as en tiendas de Lima a través de esta iniciativa.
Creamos nuestra Escuela Pinherinos	Con la finalidad de potenciar las capacidades de venta consultiva en el showroom de Pisos, creamos una escuela transversal orientada a fortalecer las habilidades comerciales, los procesos y las herramientas de gestión de los equipos.	Alcanzamos a 98 asesores/as, lo que representa el 96 % del total de la dotación, y conformamos la 1.ª promoción de cuatro Monitores Pinherinos, quienes actualmente se encargan de entrenar a nuevos/as asesores/as.



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

c) Programas Propios 2025

Acción	Descripción	Resultado 2025
Escuela de Futuros Líderes	Durante el cuarto trimestre de 2025, lanzamos la primera edición de nuestro programa de reskilling dirigido a asesores/as de ventas de alto potencial, con el objetivo de prepararlos como futuros sucesores del rol de Jefes/as de Venta, a través de un enfoque de aula invertida y modelamiento en sesiones sincrónicas orientadas a futuras encargaturas en sus departamentos.	Impactamos a 40 futuros líderes provenientes de ocho de nuestras principales tiendas a nivel cadena, mediante una metodología de aula invertida y estudios de caso alineados a la estrategia del negocio.
Escuela de Excelencia Operacional	Lanzamos un programa orientado a estandarizar los procesos base de logística en tienda, alineados a los pilares del negocio, con el objetivo de fortalecer la excelencia operacional de los/as asesores/as de operaciones.	Generamos 2,170.5 horas de capacitación, impactando a 803 asesores/as.
Taller Hiring Manager	Durante el segundo trimestre de 2025, implementamos talleres dirigidos a líderes con rol de owner en los procesos de selección de sus equipos, fortaleciendo sus capacidades de evaluación mediante el uso de las metodologías STAR, Bar Raiser y Business Case, y desarrollando guías de entrevista estandarizadas.	Impactamos a más de 50 líderes de Oficina de Apoyo a través de esta iniciativa.
Taller de DNC para HRBP's	Durante el segundo trimestre de 2025, realizamos un taller dirigido a HRBP's con el objetivo de fortalecer sus competencias clave y seguir posicionándolos como socios estratégicos del negocio.	Fortalecimos el rol de nuestros HRBP's como socios de negocio, facilitando una mejor conexión entre la gestión operativa y la gestión de los equipos.
Programa de Capacidades Críticas – Planner de Abastecimiento y Analistas de Compras internacionales:	Durante el segundo trimestre de 2025, lanzamos este programa con el objetivo de repotenciar las capacidades críticas asociadas al rol de Planners de Abastecimiento y Analistas de Compras Internacionales dentro de los squads comerciales, mediante una metodología de sesiones sincrónicas y el desarrollo de proyectos finales aplicados a desafíos reales de su rol actual.	Logramos 19 graduados tras una duración total de cinco semanas de formación.



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.2.2 Programas de desarrollo profesional

GRI 404-2

Programas de desarrollo profesional 2025

Nombre del programa	Descripción	Resultado 2025
Casa Talentos	Orientamos este programa a atraer, retener y motivar a jóvenes profesionales con alto potencial durante su etapa de prácticas. Actualmente contamos con 24 casatalentos distribuidos en diferentes áreas.	Durante 2025, incorporamos como analistas y asistentes a 15 practicantes que realizaron su proceso de prácticas en la organización.
Programa Squad	Buscamos potenciar el liderazgo y el conocimiento técnico de los/as asesores/as en posiciones de áreas clave como Comercial, Abastecimiento y Retail Digital. A través de procesos de coaching y herramientas de aprendizaje práctico, el programa busca fortalecer competencias esenciales y preparar a los talentos internos para asumir roles de mayor responsabilidad, asegurando así una línea de carrera sólida y alineada a las necesidades estratégicas de la organización.	Logramos la actualización integral de las competencias críticas para las posiciones de Jefe de Línea y Planner, estableciendo así objetivos de desarrollo claros para el proceso de coaching y la medición de avances. A partir de esta definición de perfiles, se ejecutaron talleres especializados orientados a fortalecer los criterios de selección y formación de los aprendices, garantizando que el emparejamiento entre mentores y potenciales sucesores asegure la continuidad operativa en estas vacantes estratégicas.
Programa Venta Empresa	Fortalecemos los conocimientos técnicos, las competencias clave y el liderazgo del equipo de Venta Empresa mediante un programa dirigido a ejecutivos y jefes/as regionales.	Realizamos el reperfilamiento de las posiciones de Venta Empresa —Ejecutivo de VE, Jefe de Venta Regional y Subgerente de Venta Empresa— e incorporamos la nueva posición de Key Account Manager de VE.
Bancos de Talento	Buscamos formar líderes competitivos y sostenibles, brindándoles herramientas para asumir nuevas responsabilidades a través de tres etapas: reclutamiento y selección, que incluye evaluaciones técnicas y dinámicas según el puesto; aprendizaje, enfocado en el desarrollo de habilidades mediante pasantías orientadas a la propuesta de mejoras; y evaluación final, que contempla pruebas técnicas, entrevistas y la presentación de proyectos para evaluar el proceso de aprendizaje.	Iniciamos el programa de Banco de Talentos con “Futuros Líderes”, una iniciativa orientada a fortalecer las competencias técnicas de los/as asesores/as seleccionados, quienes podrán asumir en el futuro el rol de Jefe de Venta u otras posiciones, de acuerdo con su desarrollo y aspiraciones dentro de la empresa.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Nombre del programa	Descripción	Resultado 2025
Talent Day	Iniciativa orientada a fortalecer el liderazgo, ampliar conocimientos y potenciar el talento, mediante ponencias sobre temas como inteligencia artificial, empleabilidad, seguridad psicológica e Ikigai, en modalidad híbrida para alcanzar a un mayor número de participantes.	En 2025, realizamos el Talent Day, un espacio colaborativo a nivel de Grupo Falabella orientado a impulsar el desarrollo personal y profesional de nuestros equipos. Durante un full day, brindamos herramientas para fortalecer habilidades, reflexionar sobre fortalezas y motivadores, y construir rutas de desarrollo alineadas a los intereses de cada asesor. Asimismo, incorporamos el uso de soluciones basadas en inteligencia artificial para optimizar tareas, mejorar la eficiencia y apoyar la toma de decisiones, reforzando nuestro compromiso con el desarrollo continuo del talento.
Jefes 360	Durante el primer trimestre de 2025, implementamos el programa de upskilling, el cual tuvo como objetivo fortalecer las capacidades de gestión comercial del Junior Management en tienda, especialmente de los/as Jefes/as de Venta, impulsando el incremento de ventas, la contribución al negocio y la mejora del NPS, mediante una metodología de aula invertida y casos alineados a la estrategia, asegurando la aplicación práctica de los aprendizajes en tienda.	<ul style="list-style-type: none"> • Se graduaron 132 Jefes/as de Venta, correspondientes a dos promociones del programa. • El 100 % de los participantes completó satisfactoriamente su Plan de Aprendizaje, fortaleciendo capacidades clave de gestión y liderazgo comercial. • El programa fortaleció las capacidades del Junior Management en tienda, mejorando el desempeño comercial y la gestión de equipos. • Se reforzó la alineación con los objetivos del negocio, con foco en el incremento de ventas y la experiencia del cliente.
Dueños de Nuestra Casa	Durante el primer trimestre de 2025, implementamos el programa de upskilling, diseñado para fortalecer el rol de Gerente de Tienda, reforzando la relevancia estratégica de su posición dentro del negocio. El programa se desarrolló como un acompañamiento enfocado en el fortalecimiento de competencias clave, a partir del reperfilamiento del puesto y del análisis de inteligencia de talento, con el fin de alinear capacidades con las necesidades y la estrategia vigente del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Se alcanzó a 44 Gerentes de Tienda a nivel nacional. • Se definió una ruta de desarrollo y plan de entrenamiento alineados a las necesidades actuales del negocio. • Se fortalecieron competencias estratégicas del rol, promoviendo una mayor alineación con los objetivos y prioridades organizacionales.
Hiring Manager	Plataforma colaborativa diseñada para mejorar el proceso de selección de posiciones críticas y claves del negocio.	Implementamos talleres impulsados desde el corporativo del Grupo Falabella, enfocados en fortalecer los valores culturales y las competencias transversales necesarias para la selección de personas. Asimismo, incorporamos herramientas como la metodología STAR y el uso de competencias específicas de determinadas posiciones, con el fin de asegurar procesos de selección más precisos y orientados a identificar el mejor talento para el negocio.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.2.3. Gestión del desempeño

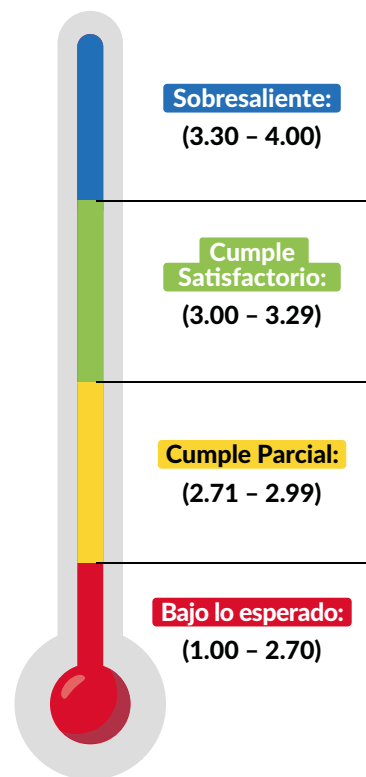
GRI 404-3

El proceso de evaluación de desempeño se desarrolla en cuatro etapas: selección de fuentes, evaluación de competencias, prework y comités de calibración, y finalmente la entrega de feedback. Este proceso se realiza una vez al año y se extiende durante cuatro meses, entre enero y mayo. En este período evaluamos el desempeño de nuestros/as asesores/as considerando exclusivamente su gestión durante el año calendario anterior, del 1 de enero al 31 de diciembre, sin tomar en cuenta comportamientos fuera de ese intervalo.

Participan en la evaluación todos los/as asesores/as que, al cierre del período evaluado, cuentan con al menos tres meses de antigüedad en la empresa. Para ello se establece una fecha de corte al 30 de septiembre. La evaluación se realiza considerando la marca, tienda, posición y jefatura que cada colaborador tenía en esa fecha.

La evaluación se gestiona a través de la plataforma Rankmi de gestión de talento. En ella valoramos el desempeño a partir de ocho competencias vinculadas a los cuatro valores del Grupo Falabella: Somos un solo equipo, Nos movemos ágilmente, Nos apasionamos por el cliente y Cuidamos el futuro. Cada valor se traduce en dos competencias definidas mediante comportamientos observables, lo que permite realizar una valoración objetiva y consistente.

Para asegurar una evaluación pertinente según el rol, contamos con tres formularios diferenciados: liderazgo, dirigido a asesores/as con personas a cargo; sin equipo a cargo de Oficina de Apoyo, para quienes pertenecen a esta área; y sin equipo a cargo de Operación, enfocado en asesores/as de tiendas que no lideran equipos. En cada competencia se asigna una puntuación según la escala de desempeño establecida:



Posteriormente, desarrollamos la etapa de calibración para asegurar la consistencia y equidad de las evaluaciones. En el segmento ejecutivo, revisamos la distribución de resultados según la curva sugerida (15/70/15), iniciando con el análisis de los/as jefes/as directos y finalizando con la validación del Comité de Talento, el Gerente General y el Comité Ejecutivo. En la evaluación masiva, diferenciamos los segmentos de Oficina de Apoyo y tiendas, con el acompañamiento de los HRBP y la revisión del Comité de Talento para los cargos definidos, mientras que el resto de las evaluaciones se valida en plataforma. Una vez concluido el proceso, los/as asesores/as acceden a sus resultados y retroalimentación, y el área de Desarrollo Organizacional consolida la información para orientar la gestión y desarrollo del talento en la organización.

Perspectivas 2026

- Nos enfocaremos en seguir fortaleciendo la etapa de feedback dentro del proceso de evaluación de desempeño, promoviendo conversaciones de desarrollo más oportunas, claras y con foco en el negocio.
- Iniciaremos la gestión de extremos, con el objetivo de definir acciones de desarrollo alineadas con los intereses de nuestros Top Talent y con las brechas identificadas en los Low Performers. Con ello buscamos consolidar una evaluación más completa, justa y orientada al desarrollo continuo de nuestros equipos.

Tabla 33: Resultados de la evaluación de desempeño según categoría laboral 2025

Categoría Laboral	Masculino		Femenino	
	Asesores	%	Asesores	%
Tienda (subgerentes, jefes/as y asesores/as)	3,243	95 %	2,270	92 %
Oficina	117	3 %	144	6 %
Gerencias	62	2 %	42	2 %
Total	3,422	100 %	2,456	100 %



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.3 Seguridad y Salud en el trabajo

GRI 3-3, GRI 403-1, GRI 403-7

Garantizamos un entorno de trabajo seguro y saludable para todas las personas que participan en nuestras operaciones. Con este propósito, implementamos un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo alineado con la Ley N.º 29783 – Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, así como con directrices internacionales en materia de prevención y gestión de riesgos laborales. El alcance de este sistema se extiende a clientes, empresas contratistas, subcontratistas y proveedores, reforzando un enfoque preventivo a lo largo de toda nuestra cadena operativa.

Nuestro modelo de gestión integra políticas corporativas, controles operativos, procesos estandarizados, herramientas preventivas y mecanismos de supervisión orientados a proteger la integridad de nuestros/as asesores/as, clientes, contratistas, subcontratistas, empresas especiales de servicios y proveedores. De esta manera, buscamos consolidar una gestión preventiva que priorice el bienestar de las personas y la continuidad segura de nuestras operaciones.

Para asegurar una gestión efectiva en seguridad y salud en el trabajo, establecemos los siguientes compromisos:

1. Prevenir lesiones y el deterioro de la salud relacionados con el trabajo, garantizando condiciones laborales seguras y saludables, mediante la identificación y eliminación de peligros y la reducción sistemática de riesgos.
2. Promover una cultura organizacional orientada a la prevención de accidentes, que contribuya a proteger a asesores/as, contratistas, proveedores, subcontratistas, empresas especiales de servicios y clientes que interactúan con nuestras operaciones.
3. Fortalecer los mecanismos de consulta y participación de asesores/as, así como de sus representantes en seguridad y salud en el trabajo, con el fin de identificar, evaluar y gestionar los riesgos asociados a las actividades que desarrollan.
4. Impulsar la sensibilización y la conciencia preventiva entre nuestros equipos, mediante la implementación de programas, objetivos y metas en seguridad y salud en el trabajo, acompañados de procesos periódicos de seguimiento y evaluación.
5. Promover la mejora continua del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, articulándolo progresivamente con los demás sistemas de gestión corporativos para fortalecer su eficacia y alcance.

6. Cumplir y promover el cumplimiento de los requisitos legales aplicables en materia de seguridad y salud en el trabajo, asegurando que asesores/as, contratistas, proveedores, subcontratistas y empresas especiales de servicios

Pilares en seguridad y salud en el trabajo

Iniciativas	Descripción
Liderazgo visible	Nuestros líderes ejercen un liderazgo visible mediante su participación activa en la campaña “Cero excusas, cero accidentes” , realizando caminatas de seguridad, verificando el cumplimiento de los estándares en terreno y promoviendo conversaciones permanentes de seguridad con sus equipos. Asimismo, impulsan la implementación de los “14 No Negociables” , gestionando los recursos necesarios y corrigiendo oportunamente desviaciones para reforzar conductas y entornos de trabajo seguros.
Estrategia de comunicación	Nuestra estrategia comunicacional en seguridad y salud en el trabajo contempla las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> • Difundimos las campañas “Juntos/as construimos la prevención en nuestra casa” y “Cero excusas, cero accidentes” en tiendas, oficinas y centros de distribución, con el objetivo de promover espacios de trabajo seguros y saludables. • Compartimos de manera continua los Preventips, entregando consejos prácticos orientados a la prevención de accidentes y enfermedades laborales. • Facilitamos el acceso a cápsulas de conocimiento, infografías y videos instructivos sobre seguridad y prevención mediante la implementación de códigos QR en los distintos formatos. • Centralizamos los indicadores de seguridad y salud en el trabajo a través de Microsoft Power BI, permitiendo una visualización simple, accesible y oportuna para el seguimiento de la gestión.
Sensibilización y capacitaciones	Implementamos un programa continuo de sensibilización y capacitación en seguridad y salud en el trabajo, que combina formaciones presenciales y virtuales en el marco de la campaña “Cero excusas, cero accidentes” , incluyendo inducciones a nuevos/as asesores/as y contenidos clave sobre uso de EPP, ergonomía, manipulación de cargas, manejo de materiales peligrosos y operación segura de equipos. Asimismo, fortalecemos el rol del equipo de Prevención, del Comité y Subcomités de SST y de las brigadas de emergencia, y promovemos la conciencia preventiva a través de iniciativas participativas dirigidas a nuestros equipos y sus entornos.
Reconocimiento y posicionamiento	La campaña “Cero excusas, cero accidentes” incorpora una estrategia de reconocimiento orientada a destacar el desempeño de las tiendas y equipos en materia de seguridad y salud. Entre estos mecanismos se encuentra el distintivo “Tienda Sana y Segura” , otorgado a la tienda con los mejores resultados en la gestión de accidentes, auditorías y implementación de los “14 No Negociables” . Asimismo, reconocemos a los equipos de Prevención que destacan por su supervisión efectiva y el cumplimiento de los estándares de seguridad.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

En julio de 2025 lanzamos la campaña “Cero excusas, Cero accidentes”, diseñada para fortalecer nuestro Sistema de Gestión de SST y consolidar una cultura preventiva participativa. Su enfoque en el comportamiento seguro, junto con el rol fundamental de líderes visiblemente comprometidos y capacitados para asegurar el cumplimiento de los estándares, permitió integrar la seguridad en la operación diaria y convertirse en el motor de los principales avances y reducciones de accidentabilidad alcanzados este año.

La campaña se estructura en siete pilares clave que permiten una gestión integral y sostenible de la SST:

1. Capacitaciones y entrenamientos constantes.
2. Ejecución estricta y medible de los 14 No Negociables.
3. Caminatas e inspecciones de seguridad.
4. Preparación y respuesta ante emergencias.
5. Digitalización eficiente de la gestión de SST.
6. Mejora continua de los estándares de seguridad.
7. Vigilancia médica y gestión de la salud ocupacional.

**CERO EXCUSAS.
CERO ACCIDENTES**

CONOCE NUESTROS 14 NO NEGOCIABLES DE SEGURIDAD



<p>1 RUTAS DE EVACUACIÓN</p> 	<p>2 ESCALERAS TIPO AVIÓN</p> 	<p>3 EQUIPOS LOGÍSTICOS MOTORIZADOS</p> 	<p>4 TECLE</p> 	<p>5 EXHIBICIONES SEGURAS</p> 
<p>6 REVISIONES ELÉCTRICAS</p> 	<p>7 APILAMIENTO EN ALTURA</p> 	<p>8 CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA</p> 	<p>9 RACK</p> 	<p>10 MATERIAL PELIGROSO</p> 
<p>11 LUCES DE EMERGENCIA</p> 	<p>12 BRIGADAS DE EMERGENCIA</p> 	<p>13 LUCHA CONTRA INCENDIOS</p> 	<p>14 CERTIFICADOS</p> 	<p>Escanea el QR y revisa los video tutoriales</p> 



Hitos y logros 2025

- Cumplimos la meta de reducir en 7 % el indicador de accidentabilidad respecto al resultado obtenido en 2024, lo que incluyó una disminución tanto en el número de accidentes incapacitantes como en los días perdidos.
- El 100% de los nuevos ingresos y el 98.7% de asesores/as fueron capacitados en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Fortalecimos el involucramiento de nuestros líderes en la campaña “Cero excusas, cero accidentes”, potenciando los programas pilares mediante acciones preventivas enfocadas en la supervisión efectiva y la promoción de comportamientos seguros.
- Capacitamos y entrenamos a más de 2,200 brigadistas de emergencias y 97 jefes/as de brigadas.
- Ejecutamos más de 200 caminatas de seguridad.
- Realizamos más de 55 optimizaciones digitales, eficiencias y mejoras en Seguridad Física.
- Reducimos en 3.5% los accidentes incapacitantes de asesores/as en comparación con 2024.

- Disminuimos en 10.6% la cantidad total de días perdidos respecto al año anterior.

Perspectivas 2026

- Nos proponemos reducir en 5 % el indicador de accidentabilidad en 2026 respecto al resultado del año anterior.
- Además, buscamos repotenciar la campaña “Cero excusas, cero accidentes” para consolidarla como parte de nuestra cultura preventiva, promoviendo su adopción entre asesores/as e incorporando mejoras en sus programas pilares.



5.3.1 Gestión de ambientes de trabajo seguros y saludables

GRI 403-1, GRI 403-2

Gestionamos la seguridad y salud en el trabajo mediante la identificación sistemática de peligros, evaluación de riesgos y determinación de controles. Este enfoque integral, aplicado en tiendas, centros de distribución y oficinas, nos permite anticipar riesgos y fortalecer las medidas preventivas para proteger la integridad de nuestros/as asesores/as.

Nuestro principal instrumento de gestión es la matriz IPERC⁴¹. Esta matriz es revisada al menos una vez al año o cuando se producen cambios significativos en procesos, equipos o condiciones de trabajo.

Dicha gestión se caracteriza por:

- **Cultura colaborativa:** Diseñamos nuestras medidas de prevención junto a nuestros asesores y asesoras, cuyas propuestas son validadas por el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo para garantizar su efectividad.
- **Gestión especializada:** Contamos con mapas de riesgo y herramientas técnicas (IPERC) por cada puesto de trabajo, integrando criterios de medicina ocupacional y ergonomía para cuidar la salud de cada asesor/a.

Para la detección temprana, realizamos inspecciones y caminatas de seguridad orientadas a identificar condiciones subestándares y riesgos emergentes. Estas revisiones abarcan infraestructuras, almacenamiento de materiales peligrosos, operación de equipos logísticos motorizados, sistemas contraincendios y tableros eléctricos.

De acuerdo con nuestro Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo (RISST), empoderamos a nuestro equipo con las siguientes facultades:

- Reportar peligros o riesgos identificados de manera oportuna.
- Intervenir para detener actos o condiciones inseguras.
- Rehusarse a realizar tareas que representen un riesgo inminente para su integridad.

Ante la ocurrencia de un incidente o accidente laboral, el Comité de SST y el equipo de Prevención investigan las causas raíz mediante análisis causal. Los resultados retroalimentan la matriz IPERC, asegurando que las acciones correctivas fortalezcan nuestros controles preventivos.

Mantenemos un seguimiento permanente del sistema a través de indicadores de accidentabilidad, resultados de monitoreos ocupacionales, vigilancia de la salud y cumplimiento del programa anual de SST. Esta información se consolida periódicamente para ser reportada a la alta dirección, gerencias y al Comité de SST, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la mejora continua de nuestra gestión.

⁴¹IPERC: Identificación de Peligros, Evaluación de Riesgos y Determinación de Controles

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.3.2 Comité de seguridad y salud en el trabajo

GRI 403-4

Comunicamos de manera permanente la información relevante de seguridad y salud en el trabajo a todos nuestros/as asesores/as mediante diversos mecanismos que aseguran su comprensión y acceso oportuno. Para ello, publicamos documentos de SST en áreas visibles, desarrollamos comunicaciones y capacitaciones continuas sobre riesgos, controles y procedimientos, difundimos alertas de incidentes y realizamos reuniones periódicas de seguridad. Estas acciones se complementan con entrenamientos, charlas y capacitaciones, así como con la comunicación de protocolos y lineamientos específicos para la atención de emergencias.

Al mismo tiempo, promovemos la participación activa de nuestros equipos en la gestión del sistema de SST a través de espacios formales como el Comité Central de SST y los Subcomités de cada tienda y centro de distribución. Estos comités de acuerdo con la ley son bipartito y paritario y cuentan con representación de miembros de los/as asesores/as y empresa.

Adicionalmente, los miembros de los comités y subcomités de SST participan en inspecciones y caminatas de seguridad y salud en el trabajo; asimismo, los/as asesores/as disponen de canales de reporte como el buzón de SST y contribuyen con retroalimentación en capacitaciones, entrenamientos,

charlas y reuniones. Sus aportes se integran en la gestión preventiva mediante el análisis de reportes de riesgos, la participación en investigaciones de incidentes y accidentes, la revisión de acciones correctivas y la actualización de programas, procedimientos y controles del sistema.

5.3.3 Formación en seguridad y salud laboral

GRI 403-5

Contamos con un Programa Anual de Capacitaciones en Seguridad y Salud en el Trabajo, aprobado por el Comité de SST y considerado un instrumento obligatorio dentro de nuestro sistema de gestión. Este programa se sustenta en lo establecido por el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo, que garantiza una formación oportuna y adecuada desde la inducción inicial y durante toda la relación laboral. De manera complementaria, el Plan de Vigilancia Médica incorpora actividades formativas en temas como ergonomía, trastornos musculoesqueléticos, protección respiratoria y auditiva, riesgos psicosociales, vida saludable y preparación ante emergencias.

A través de este programa buscamos que todos nuestros/as asesores/as cuenten con los conocimientos, habilidades y criterios preventivos necesarios para desempeñar sus funciones de manera segura, reconociendo los riesgos asociados a sus puestos y aplicando los controles correspondientes de forma eficaz. De esta manera, fortalecemos una cultura preventiva transversal que promueve comportamientos seguros y contribuye al cumplimiento de los estándares de seguridad en todas nuestras operaciones.

El programa incluye:



Inducciones de SST para personal de nuevo ingreso.



Capacitaciones anuales obligatorias sobre:



Materiales peligrosos



Manipulación manual de cargas



Ergonomía



Operación segura de equipos logísticos motorizados



Formación específica para miembros del Comité y Subcomités de SST.



Capacitaciones para brigadistas y jefes/as de brigada en evacuación, lucha contra incendios y primeros auxilios.



Entrenamientos especializados para asesores/as de áreas operativas.



Certificaciones obligatorias para operadores de equipos logísticos motorizados y otras maquinarias.



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.3.4 Promoción de la Seguridad y Salud en el trabajo

GRI 403-3, GRI 403-6

Contamos con un servicio de salud ocupacional en el trabajo tercerizado, liderado por el Médico Ocupacional y respaldado por un equipo de médicos y enfermeros acreditados y asignados a cada sede. Su propósito es proteger, mantener y promover la salud de nuestros/as asesores/as mediante la vigilancia médica, el control de riesgos y la implementación de programas preventivos. A través de evaluaciones médico-ocupacionales, análisis epidemiológicos y el monitoreo de factores de riesgo, este servicio permite identificar de manera temprana posibles enfermedades ocupacionales, emitir recomendaciones técnicas y acompañar la gestión preventiva junto con el área de SST.

El servicio también contribuye a fortalecer la prevención mediante el diseño de programas dirigidos a grupos de riesgo, la participación en investigaciones de enfermedades ocupacionales y la emisión de medidas correctivas basadas en evidencia clínica. Su gestión se desarrolla bajo estrictos estándares de calidad, con profesionales acreditados, protocolos actualizados y supervisión directa del Médico Ocupacional. Asimismo, garantizamos el acceso de nuestros/as asesores/as a exámenes médicos ocupacionales resguardando en todo momento

la confidencialidad de la información médica y asegurando que su uso se limite exclusivamente a fines preventivos y de protección de la salud.

Como parte del trabajo de Salud Ocupacional contamos con las siguientes iniciativas:

Iniciativas	Descripción
Programas de salud ocupacional	Programa de prevención y cuidado de la salud de nuestros/as asesores/as, que abarca programas de prevención de trastornos músculo-esqueléticos, conservación auditiva, enfermedades asociadas a la radiación UV, vigilancia médica de gestantes y de personas con discapacidad, así como pausas activas, fortalecida además con acciones de prevención del COVID-19, enfermedades transmitidas por vectores, gestión de riesgos psicosociales y protección integral de la mujer gestante.
Exámenes médico-ocupacionales	Iniciativa orientada a conocer y monitorear las condiciones de salud de nuestros/as asesores/as, mediante la programación continua de exámenes médico-ocupacionales que permiten identificar oportunamente riesgos y promover acciones preventivas que impacten positivamente en su bienestar integral.
Monitoreo de gestantes, personas con discapacidad, accidentes laborales	Seguimiento y control de estos grupos prioritarios, con el objetivo de establecer medidas preventivas y reducir la exposición a agentes de riesgo que puedan afectar su seguridad y salud, incluyendo la definición de restricciones médicas para el reacondicionamiento de actividades o puestos de trabajo, así como el acompañamiento en la reincorporación progresiva hasta su reinserción total en las labores.
Vigilancia médica	Iniciativa orientada a la vigilancia y seguimiento de casos de salud, cuyo propósito es brindar control y orientación a los asesores/as que requieren atenciones o tratamientos de mayor complejidad, estableciendo, cuando corresponde, las restricciones médicas necesarias para resguardar su adecuada recuperación mientras continúan desempeñando sus funciones laborales.
Comité Juntos Nos Cuidamos	Equipo de trabajo multidisciplinario orientado a la revisión sistemática de indicadores de gestión asociados a Seguridad y Salud Ocupacional, con el objetivo de monitorear avances, detectar oportunidades de mejora y fortalecer la prevención de la salud en el trabajo, incluyendo la reducción de accidentes laborales.



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.3.5 Indicadores de desempeño en SST

GRI 403-9

Tabla 34: Indicadores de accidentabilidad asesores/as 2023-2025

Indicadores	2023	2024	2025
Total accidentes fatales	0	0	0
Total de accidentes incapacitantes	298	258	249
Total de accidentes leves	135	133	125
Horas trabajadas	15,677,869	14,805,886	14,248,302
Tasa de accidentabilidad	6.27	4.73	4.40
Número de días perdidos	5,175	4,015	3,590
Número de Horas No trabajadas	41,400	32,120	28,720
Tasa de días perdidos	330.08	271.18	251.96
Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (TFLTP)	19.01	17.43	17.48
Tasa de frecuencia total de lesiones registrables (TFTLR)	27.62	26.41	26.25

Tabla 35: Indicadores de accidentabilidad proveedores 2023-2025

Indicadores	2023	2024	2025
Total accidentes fatales	0	0	0
Total de accidentes incapacitantes	64	48	34
Total de accidentes leves	21	12	13
Horas trabajadas	5,590,560	7,393,056	9,737,120
Tasa de accidentabilidad	0.75	0.26	0.15
Número de días perdidos	367	297	426
Número de Horas No trabajadas	2,936	2,376	3,408
Tasa de días perdidos	65.65	40.17	43.75
Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (TFLTP)	11.45	6.49	3.49
Tasa de frecuencia total de lesiones registrables (TFTLR)	15.20	8.12	4.83

Tabla 36: Cantidad de accidentes por tipo de lesión 2025

Tipo de lesión	2025
Contusiones	106
Perturbación funcional (Disergonómica)	32
Torceduras y esquinces	31
Heridas cortantes	25
Otros	17
Traumatismos internos	10
Cuerpo extraño en ojos	5
Heridas contusas (por golpe o de bordes irregulares)	4
Desgarro	4
Fracturas	4
Luxaciones	4
Irritación	4
Efectos de electricidad	1
Disfunciones orgánicas	1
Quemaduras	1

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.4. Diversidad e inclusión

GRI 3-3, GRI 405

Nuestra gestión en diversidad, equidad e inclusión se sustenta en marcos claros de actuación y con un enfoque transversal. Contamos con la Política de Diversidad, Equidad e Inclusión, la Política de Equidad de Género y la Política contra el Acoso Sexual, Acoso Laboral y Violencia en el Trabajo, además del Protocolo de Prevención del Hostigamiento Sexual, que establecen lineamientos para garantizar espacios de trabajo seguros, inclusivos y libres de discriminación y violencia.

En línea con estos compromisos, impulsamos una Estrategia de Diversidad e Inclusión enfocada en cuatro grupos prioritarios: mujeres, población LGBTQ+, personas con discapacidad y adultos mayores. A través de esta estrategia, promovemos oportunidades de desarrollo en igualdad de condiciones y reforzamos una cultura organizacional que valora la diversidad y fomenta el respeto.

También reforzamos la prevención del hostigamiento sexual mediante el acompañamiento al Comité de Intervención frente al Hostigamiento Sexual, capacitaciones dirigidas a líderes y equipos, y acciones de comunicación interna de forma virtual y física.

Además, medimos la percepción de nuestros asesores/as sobre el hostigamiento sexual laboral y nuestro sistema de prevención a través de la encuesta ELSA (Espacios Laborales Sin Acoso), la cual volveremos a aplicar en 2026 para fortalecer nuestra gestión bajo un enfoque de mejora continua.

En línea con ello, el total de denuncias pasó de 29 en 2024 a 26 en 2025, un resultado que refleja la mejoría de nuestras acciones de prevención y de promoción de entornos laborales respetuosos. Paralelamente, continuamos promoviendo una cultura de confianza y seguridad, incentivando a que toda persona que sea víctima o testigo de un caso de hostigamiento sexual utilice el Canal de Integridad para reportarlo oportunamente.

Como parte de la gobernanza de estos temas, contamos con el Comité de Diversidad e Inclusión, comités regionales ampliados de Business Units y mesas regionales de DEI, espacios donde revisamos avances de la estrategia y su alineación con las prioridades del negocio. Nuestro Comité tiene como propósito promover la diversidad, la equidad y la inclusión en la organización, así como coordinar y dar seguimiento a las iniciativas asociadas a esta materia.

Por otro lado, hemos definido objetivos orientados a fortalecer la participación activa y la equidad de oportunidades. En este marco, el indicador de engagement de asesores/as con discapacidad se incrementó en 3 puntos, pasando de 77 a 80. Asimismo, alcanzamos un 41,7 % de participación femenina en los niveles TM y MM⁴², superando la meta establecida de 40 %.



⁴²TM: Top Management / MD: Middle Management

Programas de diversidad 2025



Enfocado en promover el empoderamiento y el liderazgo femenino para contribuir a cerrar brechas existentes en el ámbito laboral. Este año lo relanzamos con foco en las asesoras de nuestra oficina administrativa.

Acciones 2025

Encuentros Mujeres Conectadas:

Previo al desarrollo de los encuentros, realizamos una encuesta dirigida a las asesoras de nuestra Oficina de Apoyo, con el objetivo de identificar sus intereses, experiencias y necesidades. Esta información fue clave para el diseño de iniciativas de valor. En el primer encuentro, reunimos a mujeres de todos los niveles de liderazgo de la oficina administrativa. Compartimos los principales resultados de la encuesta y presentamos el plan de trabajo 2025–2026. Además, dimos inicio al Programa Formativo Mujeres 360°, en alianza con Aequales, dirigido a analistas, asistentes y practicantes, con el propósito de fortalecer sus capacidades y brindar herramientas para un liderazgo estratégico. En el segundo encuentro habilitamos un espacio virtual junto a nuestro aliado Aequales para reflexionar sobre metas y propósito de vida, alineándolos con su desarrollo personal y profesional.

Más de 40 mujeres participantes en el primer encuentro.

Día Internacional de la Mujer:

Conmemoramos esta fecha con un encuentro presencial transmitido en vivo desde la tienda Sodimac Javier Prado. En este espacio presentamos nuestra estrategia

de Equidad de Género 2025-2026 y los principales indicadores de gestión en diversidad, destacando la participación de nuestras asesoras en roles tradicionalmente masculinizados, como matizadoras, montacarguistas, maestrazas y prevencionistas.



Reforzamos nuestro compromiso con el reconocimiento y respeto de los derechos de nuestros/as asesores/as LGBTQI+, generando espacios inclusivos y seguros para expresarse libremente.

Acciones 2025

Capacitaciones LGTBIQ+:

En alianza con It Gets Better Perú, realizamos sesiones interactivas enfocadas en promover un Ambiente Laboral Seguro, y, la Visibilidad y Diversidad LGBTQI+. En ese sentido, promovemos la prevención de situaciones de violencia de género a través de una capacitación enfocada en la construcción de relaciones y vínculos emocionalmente sanos.

Pride Connection:

Como miembros de la Red Pride Connection Perú, con más de 40 empresas para impulsar acciones a favor de la diversidad.

Compromiso público y reconocimiento:

Firmamos por 5to año consecutivo la Declaración de Compromisos de Pride Connection Perú.



Programa que busca promover la inserción laboral y el bienestar de las personas con discapacidad, quienes además representan a la comunidad con mayor nivel de engagement de la compañía.

Acciones 2025

Día de la Persona con Discapacidad:

En conmemoración de esta efeméride y del Día Nacional de la Persona de la Talla Baja, realizamos el segundo encuentro corporativo de personas con discapacidad que forman parte de los equipos de Falabella Retail, Banco Falabella, Sodimac y Maestro. En este espacio, compartimos la estrategia corporativa de diversidad funcional; brindamos una capacitación especializada sobre cómo enfrentar los desafíos y sesgos inconscientes presentes en la sociedad; y reconocimos los diversos talentos de nuestro equipo.

Más de 90 personas participantes en el encuentro corporativo.

Red de Empresas y Discapacidad:

Somos parte de este espacio de colaboración e intercambio de buenas prácticas con foco en la inclusión de personas con discapacidad, lo cual consolida nuestra participación en espacios de relacionamiento público institucional.



Impulsamos la empleabilidad y bienestar de los adultos mayores, además de promover su representación en nuestras campañas y espacios internos, destacando el valor que aportan a la compañía.

Día Nacional de las Personas Adultas Mayores:

En conmemoración de esta efeméride se reconoció y celebró a estas personas a través de piezas de comunicación en Viva Engage, evidenciando nuestros compromisos con la comunidad Espíritu Joven.

Hitos y logros 2025

- Llevamos a cabo el proceso de elecciones para conformar los dos Comités de Intervención frente al Hostigamiento Sexual (TMH y Sodimac Perú Oriente), garantizando una participación transparente de nuestros equipos en la elección de sus representantes.
- Relanzamos el programa Mujeres Conectadas en nuestra oficina administrativa y redefinimos su enfoque para promover el empoderamiento y liderazgo femenino. Desarrollamos dos encuentros que reunieron a mujeres de distintos niveles de liderazgo, generando espacios de intercambio de experiencias y aprendizaje.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

Perspectivas 2026

Comunidad Mujeres Conectadas

Impulsaremos el desarrollo profesional y laboral de las mujeres mediante programas de formación y acompañamiento que fortalezcan el liderazgo femenino, la marca personal y la autoconfianza, promoviendo una mayor participación en espacios de liderazgo y toma de decisión.

Comunidad Junto a Ti

Fomentaremos la autoidentificación de personas con discapacidad y fortaleceremos una cultura organizacional inclusiva mediante acciones de sensibilización y formación que contribuyan a reducir sesgos inconscientes y a promover entornos laborales accesibles y equitativos.

5.4.1. Prevención del Hostigamiento Sexual

Buscamos construir una cultura basada en el respeto hacia todas las personas y reafirmamos nuestro compromiso con entornos laborales seguros, libres de discriminación y de cualquier forma de violencia.

Presentamos los pilares de nuestra estrategia de Prevención del Hostigamiento Sexual:

Establecimiento del Comité:

A finales de este año, desplegamos el proceso de elecciones para nuestros dos Comités de Intervención Frente al Hostigamiento Sexual, garantizando la participación transparente y justa de nuestro equipo para elegir a sus representantes.

Capacitación: Desplegamos espacios de formación dirigidos a líderes de gestión humana (Personas y Sostenibilidad) y nuestro equipo en tiendas y sedes para garantizar el entendimiento efectivo del tema a toda la dotación.

Comunicación: Desarrollamos y publicamos piezas de comunicación en formato físico y digital con información sobre conductas compatibles con el hostigamiento sexual y los mecanismos de denuncia. Cabe destacar que estas artes están posicionadas en espacios comunes de nuestras tiendas como los baños, comedores, etc.

Medición: En 2026, realizaremos la segunda medición de los indicadores de percepción de nuestro equipo sobre hostigamiento sexual laboral y nuestro sistema de prevención a través de la encuesta ELSA.



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Somos un
solo equipo

6
Comunidad

7
Medio
Ambiente

5.4.2 Derechos humanos y relaciones laborales

GRI 3-3, GRI 2-30

Reconocemos la importancia del diálogo social y del respeto a los derechos laborales como pilares para construir relaciones de confianza con nuestros equipos. En ese marco, promovemos espacios formales de conversación y trabajo conjunto con las organizaciones sindicales.

En 2025, nuestra gestión se centró en dos objetivos estratégicos. En primer lugar, fortalecer las relaciones laborales con ambas organizaciones sindicales, para lo cual mantuvimos mesas de diálogo mensuales con representantes de los sindicatos TMH y Sodimac Perú Oriente, en las que abordamos de manera conjunta situaciones y temas de interés para los/as asesores/as. Como resultado, realizamos 12 reuniones de trabajo con cada organización sindical. En cada una de ellas se levantaron actas que recogen los acuerdos alcanzados, algunos de los cuales establecen lineamientos para gestionar casos a futuro.

En segundo lugar, avanzar en el cierre razonable de los pliegos de reclamos en curso; actualmente, nos encontramos en proceso de negociación colectiva con el sindicato TMH y mantenemos vigente un convenio colectivo con el sindicato Sodimac Perú Oriente.

En el marco de nuestra gestión de sindicalización contamos con dos instancias de escucha para nuestros/as asesores/as:

Conversando Juntos

Espacio enfocado en la generación de confianza con los líderes, el cual tiene como objetivo identificar las principales necesidades e inquietudes del equipo. Este canal ayuda a generar cercanía con los niveles de liderazgo más altos de la organización.

Viva Engage

Nuestro principal canal de comunicación interna digital e interactiva. A través de esta plataforma, los/as asesores/as conocen toda la información relevante de la organización, permitiendo mantener conectados a los equipos.

Hitos y logros 2025



- Mantenemos una afiliación sindical estable y gestionada, en línea con los niveles definidos para TMH (300 afiliados) y Sodimac Perú Oriente (50 afiliados).
- Fortaleceremos las relaciones con los dirigentes y las organizaciones sindicales, reflejadas en la continuidad de las mesas de diálogo mensuales.
- Logramos cero huelgas en ambas agremiaciones sindicales, como resultado de un entorno de diálogo constructivo.

Perspectivas 2026

- Mantener y/o reducir de manera orgánica el número de afiliados a los sindicatos.
- Continuar fortaleciendo la relación con las organizaciones sindicales.
- Suscribir un convenio colectivo en el marco de los pliegos de reclamos presentados por el sindicato TMH.
- Suscribir el convenio colectivo cuando el sindicato Sodimac Perú Oriente presente su nuevo pliego de reclamos.



Capítulo 6

Fortalecemos vínculos con la comunidad



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Fortalecemos
vínculos con
la comunidad

7
Medio
Ambiente

6.1 Gestión del entorno

GRI 3-3, GRI 413-2

Nos comprometemos con las comunidades construyendo relaciones de confianza con nuestros vecinos, generando valor y asegurando un diálogo constante. Para lograrlo, contamos con un Sistema de Gestión Territorial que fortalece el vínculo comunitario y contribuye a la mitigación de nuestros impactos sociales.

Ejecutamos nuestra estrategia basándonos en un diagnóstico integral de las necesidades de nuestros grupos de interés en las zonas de influencia directa e indirecta. Esta planificación asegura que todas nuestras actividades aborden los principales impactos del negocio y garantiza que cada iniciativa cuente con objetivos claros, metas definidas, presupuestos asignados y responsables específicos.

Nuestra gestión se rige por los siguientes lineamientos estratégicos:

- Política local de Relacionamiento Comunitario y lineamientos complementarios.
- Política de Relacionamiento con Grupos de Interés.

- Guía para el Relacionamiento Comunitario dirigida a los líderes de tienda.
- Protocolo para la recepción de quejas y reclamos respecto a temas sociales y comunitarios.
- Protocolo de atención comunitaria para optimizar la gestión en futuras aperturas, transformaciones y cierres de tiendas.

Durante 2025, desarrollamos la mayoría de nuestros proyectos en entornos de menor sensibilidad social, como centros comerciales y zonas industriales, lo que facilitó una operación sin incidencias con comunidades residenciales. En intervenciones de mayor escala, como el proyecto de la tienda Chacarilla, aseguramos una transición fluida hacia la fase final de obra, manteniendo una comunicación constante con las viviendas identificadas como potencialmente afectadas para garantizar una gestión oportuna de sus inquietudes.

Hitos 2025

- Mantuvimos el estándar de cumplimiento por quinto año consecutivo al registrar cero quejas o denuncias por parte de las comunidades en todas nuestras operaciones.
- Alcanzamos a más de 1 millón de personas mediante la plataforma Construye Bien, promoviendo la seguridad y formalidad en la construcción con contenidos educativos e interactivos en TikTok, Instagram y Facebook.

Perspectiva 2026

- Consolidaremos el enfoque preventivo y el diálogo temprano con nuestros vecinos para asegurar la continuidad del estándar de cero quejas por parte de las comunidades.

6.2 Inversión social y voluntariado corporativo

GRI 3-3, GRI 413-1

Impulsamos el bienestar de las comunidades mediante una estrategia de inversión social y voluntariado que transforma nuestro compromiso en impactos medibles. Gestionamos nuestras iniciativas bajo un modelo de gobernanza que asegura la asignación de presupuestos, el cumplimiento de metas y la transparencia en el reporte de resultados.

Hito 2025

- Incrementamos en un 12% la recaudación total de la campaña de rifas de Fe y Alegría en comparación con el 2024 y elevamos en un 9% el número de rifas vendidas, gracias a la movilización activa de nuestros/as asesores/as y clientes en todas las tiendas a nivel nacional.

Perspectiva 2026

- Realizaremos 3 jornadas de voluntariado corporativo en diversas instituciones educativas de Fe y Alegría
- Inspiraremos a más equipos a sumarse como agentes de cambio, internalizando cómo estas acciones generan valor a nuestra marca y consolidan nuestra cultura de sostenibilidad.



- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 Clientes
- 4 Proveedores
- 5 Asesores
- 6 Fortalecemos vínculos con la comunidad
- 7 Medio Ambiente

6.2.1 Inversión social

Contribuimos al desarrollo del país priorizando proyectos que cierren brechas sociales y fortalezcan la infraestructura educativa. Apalancamos nuestra capacidad de gestión mediante el mecanismo de Obras por Impuestos y alianzas estratégicas de largo plazo que generan valor compartido.

- Fortalecimos nuestra alianza histórica con Fe y Alegria a través del programa Haciendo Escuela, realizando una donación de S/ 125,000 destinada a mejorar la infraestructura física y digital de sus colegios a nivel nacional.
- Movilizamos la solidaridad de nuestros clientes y asesores/as mediante la venta de 29,324 rifas en todas nuestras tiendas, logrando una recaudación récord de S/146,620 que potencia los proyectos educativos de la institución.

Tabla 37: Indicadores de donaciones

Indicadores	2023	2024	2025
Cantidad de donaciones	19	4	3



6.2.2 Voluntariado corporativo

Integramos la sostenibilidad en nuestra cultura organizacional a través de experiencias que conectan el talento de nuestra gente con las necesidades del entorno. Durante 2025, enfocamos nuestros esfuerzos en el pilar de gestión ambiental, promoviendo la conciencia ecológica en las nuevas generaciones.

Ejecutamos una jornada de intervención en el colegio Fe y Alegria con la participación de voluntarios del Grupo Falabella, quienes lideraron talleres de reciclaje creativo y protección del medio ambiente.

50	voluntarios/as fueron movilizados
300	horas de voluntariado realizadas

Tabla 38: Costo de voluntariado

Indicadores	2023	2024	2025
Costo total de voluntariado corporativo (S/)	70,000	15,000	15,000



Capítulo 7

Cuidamos la
casa de todos



- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 Clientes
- 4 Proveedores
- 5 Asesores
- 6 Comunidad
- 7 Cuidamos la casa de todos

7.1 Gestión y desempeño ambiental

GRI 3-3, GRI 306-1, GRI 306-2

Asumimos la responsabilidad de gestionar los impactos ambientales derivados de nuestras operaciones, promoviendo su reducción mediante el uso eficiente de recursos clave como el agua y la energía, así como a través de una gestión adecuada de los residuos.

Nuestra gestión ambiental se encuentra alineada a la Política Corporativa Ambiental y de Cambio Climático y el Plan de Gestión Ambiental 2025, instrumentos que establecen los lineamientos para la implementación y seguimiento de nuestras acciones en esta materia.

En este marco, nuestra estrategia ambiental se articula en torno a cuatro ejes de acción: gestión de la energía, gestión del agua, gestión de residuos y cumplimiento ambiental, pilares que orientan nuestras iniciativas para fortalecer el desempeño ambiental de la operación.

Estas acciones impulsan nuestra meta corporativa de reducir en 65 % las emisiones de alcance 1 y 2 al 2030. Al cierre del 2025, hemos logrado un avance del 60%, consolidando nuestra hoja de ruta hacia la descarbonización.

Presentamos los principales impactos ambientales asociados a nuestras operaciones:



Adicionalmente, realizamos un seguimiento mensual de los riesgos ambientales mediante controles de mitigación y planes de contingencia para una gestión oportuna. Esta labor es supervisada por nuestro Comité de Sostenibilidad, el cual está liderado por la alta gerencia y se reúne periódicamente para revisar las estrategias frente al cambio climático y reportar los resultados al Directorio. Asimismo, contamos con incentivos financieros específicos para nuestros líderes y directivos, vinculando directamente el cumplimiento de los objetivos climáticos con la gestión ejecutiva.

A su vez, medimos anualmente nuestros principales indicadores ambientales mediante herramientas como el Index de Sostenibilidad y la medición de la huella de carbono auditada por un tercero independiente, lo que nos permite monitorear nuestro desempeño e identificar oportunidades de mejora en la gestión ambiental.

Hitos y logros 2025

- Adicionamos paneles solares en las tiendas Ventanilla y Naranjal, logrando un total de tres locales con energía renovable.
- Mantuvimos cero denuncias y sanciones ambientales tras las inspecciones oficiales de las autoridades competentes.
- Reciclamos más de 20 Tn de neumáticos y 190 Tn de RAEE⁴³.
- Redujimos nuestras emisiones a 4,916 Tn en 2025, alcanzando una disminución del 60% respecto al 2021.

Perspectivas 2026

- Continuaremos con la hoja de ruta de descarbonización para mantener la tendencia de reducción de emisiones lograda en el periodo anterior.
- Fortaleceremos los programas de formación técnica para asegurar el cumplimiento de los estándares de eficiencia energética en todas nuestras operaciones.
- Expandiremos el uso de mantas reutilizables en nuestra red de tiendas y centros de distribución para eliminar el uso de film plástico en la logística.
- Realizaremos 2 voluntariados ambientales con instituciones educativas de Fe y Alegría

⁴³ RAEE: Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos

- 1 Sodimac y Maestro
- 2 Gobierno Corporativo
- 3 Clientes
- 4 Proveedores
- 5 Asesores
- 6 Comunidad

7.2 Huella de carbono

GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5

Gestionamos nuestra huella de carbono, a través de mediciones mensuales y estimaciones trimestrales de nuestros consumos de electricidad, combustibles y otros aspectos. Utilizamos factores de emisión y metodologías alineadas a estándares internacionales⁴⁴ para calcular el número de emisiones que generamos, y es verificado anualmente por un tercero independiente para asegurar la calidad de la información.

En 2025 alcanzamos 4,916 tCO₂e, cumpliendo la meta anual y logrando una reducción acumulada del 60% respecto a 2021. Nuestra meta corporativa es disminuir en 65% nuestras emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 al 2030, en coherencia con los riesgos climáticos priorizados para nuestra operación, como precipitaciones y temperaturas extremas.

Tabla 39: Evolución de la huella de carbono

Emisiones de gases de efecto invernadero	Unidad	2023	2024	2025	Meta 2025
Alcance 1 de Huella de Carbono	tCO ₂ -eq	2,390	1,775	1,786	1,574
Alcance 2 de Huella de Carbono		4,887	3,401	3,130	3,402
Alcance 3 de Huella de Carbono		87,670	110,653	114,100	
Total		94,947	115,829	119,016	

Al 2025, algunos de los proyectos que ejecutamos para reducir emisiones fueron:

- 
Instalación de paneles solares en tres tiendas operativas.
- 
Tiendas bioclimáticas y bunquerización⁴⁵ para optimizar consumos.
- 
Iluminación LED en nuestras operaciones.
- 
Capacitación técnica en energía, agua y riesgos climáticos a nuestros/as asesores/as.

7 Cuidamos la casa de todos

7.3 Ecoeficiencia operacional

7.3.1 Gestión de la energía

GRI 3-3, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 2-4

Gestionamos nuestro consumo energético en todas las tiendas, el Centro de Distribución y la Oficina de Apoyo, impulsando iniciativas orientadas a mejorar la eficiencia y aumentar el uso de energías renovables. En 2025, avanzamos en la optimización de nuestros consumos, especialmente considerando la transformación del formato Maestro a Sodimac, que implica mayores requerimientos de iluminación y operación interna.

Nuestro consumo energético se divide en:

Energía primaria:

Combustibles como diésel y GLP utilizados para el funcionamiento de equipos logísticos, bombas contra incendios y grupos electrógenos de emergencia.

Energía indirecta:

Electricidad proveniente del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN), utilizada para iluminación, ventilación, climatización y operación general de las tiendas.

Además, mantenemos dos tiendas bioclimáticas (Chiclayo y San Juan de Lurigancho), que mejoran el desempeño térmico mediante ventilación natural y reducen la necesidad de aire acondicionado.



Durante el año, el 66.7% de nuestra operación utilizó energía 100% renovable, reforzando nuestro compromiso con una operación más eficiente y limpia.



⁴⁴Incluye factores de emisión y estándares internacionales provenientes de DEFRA (Departamento de Medio Ambiente del Reino Unido), MINAM (Ministerio del Ambiente del Perú) y la ISO 14064 (norma internacional para la cuantificación de GEI).

⁴⁵Bunquerización: Cierre nocturno de la tienda con apagado total de luces para eliminar el consumo energético fuera del horario de atención. Este proyecto busca crear eficiencias energéticas y de seguridad.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Cuidamos
la casa de
todos

Proyectos para reducir el consumo energético:

**Instalación de paneles
solares en tiendas**

Implementamos sistemas solares fotovoltaicos en dos tiendas adicionales (Ventanilla y Naranjal), alcanzando un total de tres tiendas operativas con energía solar. Cada una registra un ahorro aproximado del 30% en su consumo eléctrico, contribuyendo a la reducción de nuestra huella de carbono.

**Capacitación en
eficiencia energética**

Desarrollamos un programa interno de formación técnica orientado al personal de mantenimiento, logrando capacitar a 56 planners en prácticas de eficiencia energética y gestión del agua. Esta formación refuerza la operación eficiente de equipos y sistemas en todas nuestras



Tabla 40: Consumo total de energía

Energía	Unidad	2023	2024	2025
Energía no renovable	MJ	193,545,720.00	64,558,191.60	59,421,600
	MWh	53,762.70	17,932.83	16,506,273
Energía renovable	MJ	100,692.00	113,618,642.40	19,228,000
	MWh	27.97	31,650.73	33,119,319
Energía total	MJ	193,646,412.00	178,176,834.00	78,649,600
	MWh	53,790.67	49,493.57	49,625,592

Tabla 41: Consumo de energía eléctrica por ubicación

Ubicación	Unidad	2023	2024	2025
Oficina de Apoyo	kWh	400,104	163,648	117,523
	MJ	1,440,374.400	589,132.800	423,082.800
Centro de Distribución	kWh	2,866,045	2,566,463	2,371,243
	MJ	10,317,762,000.000	9,239,266,800.000	8,536,474,800.000
Tiendas Sodimac	kWh	36,465,530	32,772,221	32,562,271
	MJ	131,275,908,000.000	117,979,995,600.000	117,224,175,600.000
Tiendas MAESTRO	kWh	14,336,364	13,991,233	14,463,121
	MJ	51,610,910,400.000	50,368,438,800.000	52,067,235,600.000
TOTAL	kWh	53,668,339.10	49,493,565	49,396,635
	MJ	193,206,020,760.000	178,176,834,000.000	177,827,886,000.000

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Cuidamos
la casa de
todos

Tabla 42: Consumo de combustibles

Tipo de combustible	Unidad	2023	2024	2025
Gas licuado de petróleo (GLP)	Kilogramos	231,300	229,770	278,410
Diésel	Litros	57,082	60,843	67,034
Biodiesel	Litros	3,004	3,202	3,529

Tabla 43: Intensidad de consumo de energía eléctrica

Parámetro	2023	2024	2025
m ² (intensidad por espacio ocupado)	403,363.00	403,363.000	403,363.000

Tabla 44: Porcentaje de electricidad de la red y porcentaje de energías renovables CG-BF-130a.1

Parámetro	Unidad	2025
Porcentaje de energía consumida que procedía de la red eléctrica	%	33.26
Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable		66.74

7.2.2. Gestión del agua

GRI 303-5, SASB CG-HP-140a.2

Gestionamos el uso del agua priorizando la continuidad operativa y el consumo responsable. El recurso se concentra principalmente en servicios higiénicos y labores de limpieza, generando vertimientos mínimos que manejamos bajo cumplimiento normativo. Contamos con una infraestructura de cisternas que nos brinda hasta 15 días de autonomía ante posibles interrupciones del suministro. Actualmente, casi la totalidad de nuestras sedes están conectadas a la red pública de agua y alcantarillado⁴⁶.

Durante el 2025, optimizamos nuestra gestión mediante:

- Capacitación técnica:**
 Instruimos al personal de mantenimiento en la detección inmediata de fugas y en el cumplimiento de los Valores Máximos Admisibles (VMA)⁴⁷ para asegurar descargas limpias.
- Eficiencia operativa:**
 Implementamos el aprovechamiento del agua de cisternas antes de sus mantenimientos y mantenemos una supervisión técnica continua para evitar desperdicios.

Debido a que parte de nuestras tiendas operan en zonas con estrés hídrico, mitigamos los riesgos de disponibilidad y variaciones tarifarias mediante procedimientos de abastecimiento alternativo y una infraestructura preparada. De esta manera, aseguramos una respuesta técnica eficiente que garantiza la sostenibilidad del recurso y la resiliencia de nuestra operación frente a desafíos ambientales.

⁴⁶La tienda en Comas es nuestra única sede con abastecimiento privado y disposición autorizada de lodos; esta ubicación no se encuentra en zona de estrés hídrico.

⁴⁷El cumplimiento de los VMA garantiza que las sustancias descargadas al alcantarillado no excedan los límites permitidos por la normativa vigente.

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Cuidamos
la casa de
todos

Tabla 45: Consumo de agua en zonas de estrés hídrico y en zonas sin estrés hídrico SASB CG-HP-140a.1

Unidad	Porcentaje del consumototal (%)			Metros cúbicos (m³)			Megalitros (ML)			
	Año	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Consumo de agua en zonas sin estrés hídrico		21%	19%	24%	82,894.05	78,607.32	99,913.73	82.89	78.61	99.91
Consumo de agua en zonas con estrés hídrico		79%	81%	76%	309,238.22	332,019.45	323,329.75	309.24	332.02	323.33
Consumo total		100%	100%	100%	392,132.27	410,626.77	423,243.48	392.13	410.63	423.24



7.2.3. Gestión de residuos

GRI 3-3, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 301-2, SASB CG-HP-410a.1, SASB CG-HP-410a.2, SASB CG-BF-410a.2

Nuestra Política de Medio Ambiente y Cambio Climático guía el compromiso de situar a la economía circular como el eje para reducir el impacto de nuestras operaciones y proteger el medioambiente. Bajo este enfoque, gestionamos la generación de residuos de manera responsable, especialmente ante desafíos como la transformación de tiendas Maestro al formato Sodimac en 2025, lo que incrementó el flujo de productos y empaques. Para asegurar una operación eficiente, reforzamos las siguientes acciones:

- **Prevención y reducción de desmedro:**

Priorizamos la protección de productos en la cadena logística para evitar daños. Asimismo, implementamos estrategias de liquidación con precios accesibles para asegurar que el producto no se convierta en desmedro.

- **Reutilización de infraestructura:**

Extendemos el ciclo de vida de nuestra infraestructura mediante la reparación de pallets, los cuales poseen mayor capacidad de carga que los nuevos. Asimismo, reutilizamos racks y otros implementos de tienda.

- **Logística circular y reciclaje:**

Implementamos mantas reutilizables en nuestra logística para sustituir el uso de *stretch film* y aseguramos la valorización de papel, cartón, vidrio, metales, plásticos y RAEE, gestionados mediante nuestra red de Puntos Limpios.

- **Capacitación y voluntariado ambiental:**

Formamos continuamente a nuestros/as asesores/as en la correcta separación de residuos. Además,

1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Cuidamos
la casa de
todos

Tabla 46: Cantidad de residuos sólidos y destino

Residuo sólido (t)	2023		2024		2025		Destino
	Toneladas	Porcentaje	Toneladas	Porcentaje	Toneladas	Porcentaje	
Papel/Cartón	534	15%	608	22%	770	21.96%	Reutilización o reciclaje
Plástico	108	3%	108	4%	125	3.56%	
Madera	16	1%	0	0%	0	0%	
Residuos reutilizables o para reciclaje	658	19%	716	26%	895	25.52%	
Desmedro peligroso	262	7%	175	6%	363	10.35%	Relleno de seguridad
Desmedro no peligroso	2,728	74%	1,886	68%	2,249	64.13%	Relleno sanitario
Desmedro total	2,990	81%	2,061	74%	2,612	74.48%	
Total	3,648	100%	2,777	100%	3,507	100%	

Tabla 47: Cantidad de residuos reciclados

Residuos reciclados (Tn)	2024	2025
Neumáticos reciclados	18	20.81
RAEE	190	190



1
Sodimac y
Maestro

2
Gobierno
Corporativo

3
Clientes

4
Proveedores

5
Asesores

6
Comunidad

7
Cuidamos
la casa de
todos

Hitos 2025

- Logramos el reciclaje de 190 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).
- Gestionamos correctamente 20 toneladas de neumáticos fuera de uso.
- Realizamos una jornada de educación y conciencia ambiental en el colegio Fe y Alegría, con la participación de más de 50 asesores/as.
- En el Día Nacional del Reciclador, donamos 10 kits de seguridad (zapatos y guantes) a la Municipalidad de Lima para proteger el bienestar de los recicladores de base.
- Coordinamos la confección y entrega de bolsos elaborados a partir de prendas reutilizadas, previamente donadas por nuestros/as asesores/as. Estos fueron distribuidos entre las personas participantes del encuentro por el Día de la Persona con Discapacidad, promoviendo la economía circular a través de la reutilización y transformación de materiales en nuevos productos.

Perspectivas 2026

- Ampliaremos nuestra red de puntos limpios con el objetivo de alcanzar las 25 toneladas de material reciclado.
- Reduiremos en 5% el consumo de *stretch film*, ya sea en cantidad o peso, mediante soluciones logísticas eficientes.
- Mantendremos el objetivo de cero incumplimientos en la normativa ambiental ligada a la gestión de residuos.
- Consolidaremos el programa de reciclaje de uniformes para asegurar que las prendas en desuso sean transformadas en merchandising sostenible a través de alianzas con organizaciones especializadas.



Anexo 1: Índices de Contenidos GRI

Declaración de uso	Sodimac y Maestro han presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2025 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI usado	GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Contenidos generales						
GRI 2: Contenidos generales GRI 2021	2-1 Detalles organizacionales	7				
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	3				
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	3				
	2-4 Actualización de la información	51, 83				
	2-5 Verificación externa	-			No aplicable	La organización no ha sometido su reporte de sostenibilidad a un proceso de verificación externa para el periodo actual.
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	50				
	2-7 Empleados	55	8			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	55	8			
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	22	5			
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	22	5			
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	22	16			
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	22	16			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Contenidos generales						
GRI 2: Contenidos generales GRI 2021	2-13 Delegación de la responsabilidad de la gestión de los impactos	22				
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	25				
	2-15 Conflictos de interés	33,34	16			
	2-16 Comunicación de inquietudes y críticas	34				
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	-		2-17-a	Información no disponible	La organización no se mantiene registro
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	23				
	2-19 Políticas de remuneración	25				
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	25				
	2-21 Ratio de compensación total anual	-		2-21-a, 2-21-b, 2-21-c	Información no disponible	La organización considera esta información confidencial
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	8				
	2-23 Compromisos y políticas	12,38	16			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
Contenidos generales						
GRI 2: Contenidos generales GRI 2021	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	12,38				
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	38				
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	31	16			
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	34				
	2-28 Afiliación a asociaciones	19				
	2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	13,16				
	2-30 Convenios de negociación colectiva	77,103	8			
TEMAS MATERIALES						
GRI 3 Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	19				
	3-2 Lista de temas materiales	19				
INNOVACIÓN Y DESARROLLO						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	28				

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	31				
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	34, 97	16			
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	34, 97	16			
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	34, 98	16			
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	34,98	16			
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	33	5,8			
DERECHOS HUMANOS						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	38				
GESTIÓN DEL ENTORNO						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	79				
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	79	1,2			
TRANSFORMACIÓN DIGITAL						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	28				

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
EXPERIENCIA DEL CLIENTE						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	42				
SALUD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO (INSTALACIONES Y PRODUCTOS)						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	44	3,12			
PROTECCIÓN DE DATOS Y CIBERSEGURIDAD						
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	39, 44				
	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	44	16			
ECONOMÍA CIRCULAR Y CONSUMO RESPONSABLE						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	47	11,12,15			
ÉTICA PUBLICITARIA						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	47				
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	47	16,12			
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	48,107	16			
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	48	16			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GESTIÓN SOSTENIBLE DE PROVEEDORES						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	51				
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	51	5,8,16			
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro	51	5,8,16			
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	51	12			
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	51	12			
SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	53				
EMPREDIMIENTO LOCAL						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	-		Información no disponible		La organización no ha implementado acciones ni sistemas de medición para este tema material en el periodo reportado, por lo que se carece de datos para informar.
EMPLEO, CLIMA Y CULTURA						
GRI 401: Empleo 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	55				
	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	100,101	5,8,16			
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	60	3,5,8			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
DIÁLOGO SOCIAL						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	77				
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	-	8	407-1	Información no disponible.	La organización no ha identificado operaciones y proveedores en las que el derecho indicado esté en riesgo.
FORMACIÓN Y DESARROLLO						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	61				
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	62,105	4,5,8,10			
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	67,103	8			
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	68				
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	68,70	3,8			
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	70	3,8			
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	72	3,8			
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	71	3,8			
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	71	3,8			
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	72	3,8			
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	68	3,8			
	403-9 Lesiones por accidente laboral	73	3,8			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	74				
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	55,74	5,8			
	405-2 Ratio entre el salario base y la remuneración de mujeres frente a hombres.	102	5,810			
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	33	5,8			
INVERSIÓN SOCIAL						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	79				
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	79	1,2			
CAMBIO CLIMÁTICO						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	82				
GRI 301: Materiales 2016	301-2 Insumos reciclados	86	8,12			Reportado parcialmente. La organización no utiliza insumos reciclados en sus procesos industriales de fabricación; sin embargo, desarrolla iniciativas puntuales de economía circular mediante la valorización de textiles y otros materiales para proyectos de impacto social.
GRI 305 Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	83	3,12,13,15			
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	83	3,12,13,15			
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	83	3,12,13,15			
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	83	3,12,13,15			
ECOEFICIENCIA OPERACIONAL						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	83				
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la empresa	83	7,12,13			
	302-3 Intensidad energética	83	7,12,13			

Estándar GRI	Contenido	Ubicación	ODS	Omisión		
				Requisitos omisión	Motivo	Explicación
GRI 302: Energía 2016	302-4 Reducción del consumo energético	83	7,12,13			
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5 Consumo de agua	85	6,12			
RESIDUOS Y CIRCULARIDAD						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	86				
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	82	12,13			
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	82	12,13			
	306-3 Residuos generados	86	11,12,15			
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	86	12,11			
	306-5 Residuos destinados a eliminación	86	12,13,11			
LOGÍSTICA SOSTENIBLE						
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	50				
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	50	12,8			
OTROS INDICADORES						
GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	27	8			
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratios del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	101	1,5,8			
	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	56	8			
GRI 415 Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	34	16			

Anexo 2: Índices de Contenidos SASB

Tema Material	Tema SASB	Código	Parámetro de contabilidad	Ubicación	Razón de omisión
Ecoeficiencia operacional	Gestión de la energía en la manufactura	CG-BF-130a.1	(1) Energía total consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red (3) porcentaje renovable	85	
Ecoeficiencia operacional	Gestión del agua	CG-HP-140a.1	(1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida; porcentaje de cada una en regiones con estrés hídrico de base alto o extremadamente alto	86	Reportado parcialmente. La organización reporta el total de metros cúbicos consumidos, distinguiendo entre zonas con y sin estrés hídrico; no obstante, dado que el sector retail no presenta un uso intensivo de agua en sus procesos operativos, el desglose porcentual detallado por niveles de estrés hídrico de base alto se gestiona de manera general.
Ecoeficiencia operacional	Gestión del agua	CG-HP-140a.2	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de estrategias y prácticas para mitigarlos	85	
Gestión sostenible de proveedores	Gestión de la cadena de suministro de madera	CG-BF-430a.1	(1) Peso total de materiales de fibra de madera adquiridos, (2) porcentaje procedente de bosques certificados por terceros, (3) porcentaje por norma y (4) porcentaje certificado según otras normas de fibra de madera, (5) porcentaje por norma	51	Reportado parcialmente. La organización no fabrica productos de madera, pero gestiona el riesgo de informalidad exigiendo a los proveedores declaraciones de origen legal y certificaciones (FSC/ PEFC); no obstante, actualmente no se consolida el peso total ni el desglose porcentual exacto de fibra de madera de toda la mercadería adquirida para la venta.
Gestión sostenible de proveedores	Desempeño ambiental, de salud y seguridad del producto	CG-HP-250a.4	Ingresos procedentes de productos diseñados con principios de química verde	51	Reportado parcialmente. La organización cuenta con canales para que los proveedores declaren atributos de seguridad química en sus fichas técnicas; sin embargo, actualmente no consolidamos el valor de ventas (ingresos) asociado específicamente a esta categoría de productos.
Gestión sostenible de proveedores	Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro del aceite de palma	CG-HP-430a.1	Cantidad de aceite de palma obtenido, porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como (a) Identidad Preservada, (b) Segregado, (c) Balance de Masa o (d) Contabilización y Reclamo.		No aplica. La organización opera principalmente como distribuidor minorista de productos para el mejoramiento del hogar y no como fabricante de productos químicos o de cuidado personal que utilicen aceite de palma como insumo directo en procesos industriales. Por lo tanto, no se realiza el seguimiento cuantitativo de certificación RSPO, ya que el impacto reside en la cadena de suministro de los proveedores de marca externa y no en las operaciones directas de la compañía.

Tema Material	Tema SASB	Código	Parámetro de contabilidad	Ubicación	Razón de omisión
Residuos y circularidad	Impactos ambientales del ciclo de vida del producto	CG-BF-410a.1	Descripción de las iniciativas para gestionar los impactos del ciclo de vida del producto y satisfacer la demanda de productos sostenibles.		No reportado. La organización no cuenta con un sistema de registro de información ni con iniciativas vigentes para la gestión técnica del ciclo de vida de sus productos, por lo que no se dispone de datos para esta métrica en el presente ejercicio.
Residuos y circularidad	Impactos ambientales del ciclo de vida del producto	CG-BF-410a.2	Análisis de estrategias para reducir el impacto ambiental de los envases a lo largo de su ciclo de vida	86	Reportado parcialmente. La organización no fabrica productos, por lo que no recupera materiales de producción propia; sin embargo, gestionamos la recuperación de residuos posconsumo (reciclaje) mediante nuestra red de Puntos Limpios, aunque actualmente no se desglosa el porcentaje de estos materiales que se reincorporan a procesos de reciclaje industrial.
Residuos y circularidad	Gestión del ciclo de vida del embalaje	CG-HP-410a.1	(1) Peso total del embalaje, (2) porcentaje fabricado con materiales reciclados o renovables, y (3) porcentaje que es reciclable, reutilizable o compostable.	86	Reportado parcialmente. La organización gestiona el ciclo de vida de los materiales mediante la reutilización de pallets, el uso de mantas logísticas para sustituir el film plástico y la valorización de residuos en Puntos Limpios; sin embargo, actualmente no se dispone del desglose técnico por peso y composición específica (reciclada/renovable) de la totalidad de los embalajes de productos.
Residuos y circularidad	Gestión del ciclo de vida del embalaje	CG-HP-410a.2	Análisis de estrategias para reducir el impacto ambiental de los envases a lo largo de su ciclo de vida.	86	
Seguridad y Salud (instalaciones y producto)	Gestión de sustancias químicas en los productos	CG-BF-250a.1	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	46	Reportado parcialmente. La organización cuenta con lineamientos para la gestión de sustancias químicas en los productos; sin embargo, aún no se consolidan los datos cuantitativos necesarios para reportar métricas en este periodo.
Seguridad y Salud (instalaciones y producto)	Gestión de sustancias químicas en los productos	CG-BF-250a.2	Porcentaje de productos elegibles que cumplen con los estándares de emisiones y contenido de compuestos orgánicos volátiles (COV)	46	Reportado parcialmente. La organización evalúa el contenido químico de los productos mediante fichas de seguridad (MSDS) y aplica controles operativos (MATPEL) para la gestión de materiales peligrosos; no obstante, actualmente no consolidamos el porcentaje exacto de productos que cumplen con estándares específicos de emisiones COV, proyectando su integración progresiva en el futuro.
Seguridad y Salud (instalaciones y producto)	Desempeño ambiental, de salud y seguridad del producto	CG-HP-250a.1	Ingresos procedentes de productos que contienen sustancias altamente preocupantes	46	Reportado parcialmente. La organización identifica sustancias de preocupación a través de las fichas de seguridad (MSDS/FDS) exigidas a proveedores y aplica protocolos MATPEL para su manejo seguro; no obstante, actualmente no se consolida el valor de ingresos (ventas) derivado específicamente de productos con sustancias calificadas como altamente preocupantes.
Seguridad y Salud (instalaciones y producto)	Desempeño ambiental, de salud y seguridad del producto	CG-HP-250a.3	Análisis del proceso para identificar y gestionar materiales y sustancias químicas emergentes de interés.	46	

Anexo 3: Índice del Pacto Mundial

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	SECCIÓN	UBICACIÓN
DERECHOS HUMANOS		
Principio 1: las empresas deben apoyar y respetar la protección de derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	1.3.1 Estrategia de Sostenibilidad 2.6 Derechos humanos 5.4.2 Derechos humanos y relaciones laborales	12, 38-39, 77
Principio 2: las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de derechos humanos	1.3.1 Estrategia de Sostenibilidad 2.6 Derechos humanos 5.4.2 Derechos humanos y relaciones laborales	12, 38-39, 77
EMPLEO		
Principio 3: las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	5.4.2 Derechos humanos y relaciones laborales	77
Principio 4: las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción		-
Principio 5: las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil		-
Principio 6: las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	5.4 Diversidad e inclusión	74-77
MEDIOAMBIENTE		
Principio 7: las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	7.Cuidamos la casa de todos	81-88
Principio 8: las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	7.Cuidamos la casa de todos	81-88
Principio 9: las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	7.Cuidamos la casa de todos	81-88
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN		
Principio 10: las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y el soborno.	2.4 Ética e Integridad	31-34

Anexo 4: Indicadores Propios y Tablas GRI

A. Indicadores Económicos y de Gobernanza

GOBERNANZA

Tabla 48: Composición del Comité de Sostenibilidad y Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión

Comité	Composición
Comité de Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ● Gerente General ● Sub Gerenta de People Experience ● Sub Gerenta de Bienestar Integral ● Gerente de Operaciones ● Gerente Comercial ● Gerenta de Marketing ● Gerente de Abastecimiento ● Gerenta de Administración y Finanzas ● Jefe de Administración y Gestión Ambiental ● Gerenta de Personas y Sostenibilidad ● Coordinadora de Sostenibilidad
Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión	<ul style="list-style-type: none"> ● Gerenta de Personas y Sostenibilidad (liderazgo del comité) ● Sub Gerenta de People Experience ● Coordinadora de Sostenibilidad ● Coordinadora de Cultura ● Coordinadora de Comunicaciones ● Representante del Comité de Hostigamiento Sexual ● Sub Gerenta de Talent Management ● Sub Gerente de Business Partner ● Sub Gerenta de Bienestar Integral ● Embajadores/as de Diversidad

ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

Tabla 49: Riesgos relacionados con la corrupción (GRI 205-1)

Descripción	2024	2025
Número total de operaciones evaluadas en relación con los riesgos relacionados con la corrupción	0	0
Los riesgos significativos relacionados con la corrupción identificados a través de la evaluación de riesgos	0	0
Porcentaje de operaciones evaluadas en relación con los riesgos relacionados con la corrupción	0 %	0 %

Tabla 50: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción (GRI 205-2)

Categoría laboral	2025			
	Comunicación de políticas y procedimientos sobre anticorrupción		Capacitación sobre políticas y procedimientos sobre anticorrupción	
	Nº	%	Nº	%
Asesores/as	3001	-	191	99.60

Tabla 51: Número de Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas (GRI 205-3)

Indicadores	2024	2025
Casos de corrupción confirmados	0	0
Personas despedidas por corrupción	0	0
Número de personas a las que se haya aplicado otras medidas disciplinarias aplicadas por corrupción	0	0
Casos de corrupción en los que se hayan rescindido o no se hayan renovado contratos con socios de negocio por infracciones relacionadas con la corrupción	0	0
Número de casos jurídicos públicos relacionados con la corrupción interpuestos contra la Compañía o algún asesor/a	0	0

Tabla 52: Número de Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, comportamientos contra la libre competencia y prácticas monopolística (GRI 206-1)

Número de acciones jurídicas pendientes o finalizadas durante el reciente año fiscal con respecto a la competencia desleal y las infracciones de la legislación aplicable en materia de prácticas monopolísticas y contra la libre competencia en las que se haya identificado que la organización ha participado.	2024	2025
	0	0

Tabla 53: Capacitaciones sobre ética y/o el código de ética a sus empleados y contratistas

Indicadores	2023	2024	2025
Porcentaje de empleados capacitados sobre ética y/o el código	64%	96.4%	48%
Porcentaje de nuevos empleados que firmaron recepción del código de ética	100%	100%	100%
Porcentaje de contratistas capacitados sobre ética y/o el código	-	-	-
Porcentaje de nuevos contratistas que firmaron recepción del código de ética	-	100%	-

Tabla 54: Indicadores sobre denuncias recibidas en materia de ética en el 2025

Tipo de denuncia	Número de denuncias
Conflicto de interés	13
Competencia desleal	0
Prácticas anticompetitivas	0
Discriminación y acoso laboral	5
Corrupción y soborno	0
Lavado de activos	0
Financiamiento del terrorismo	0
Total de denuncias	18
Número de denuncias resueltas (del total recibidas) en el periodo de evaluación	108
Monto total (en soles) por sanciones o multas generadas por denuncias resueltas judicialmente	0

Tabla 55: Indicadores de ética y anticorrupción

Indicadores	2024	2025
Número de sentencias condenatorias por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia	0	0
Porcentaje de empleados formados en el Código de Ética y Conducta	100 %	100 %

B. Indicadores Sociales

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Tabla 56: Porcentaje de mujeres según categoría

Indicadores	2025
Porcentaje de mujeres a nivel Dirección	0.31 %
Porcentaje de mujeres a nivel Gerencial	2 %
Porcentaje de mujeres a nivel Jefatura	11 %
Porcentaje de mujeres a nivel Profesional	19 %

Tabla 57: Porcentaje de asesores/as por rango de edad

Indicadores	2025
Porcentaje de asesores/as menores de 30 años	30.47 %
Porcentaje de asesores/as entre 30 y 50 años	58.69 %
Porcentaje de asesores/as mayor a 50 años	10.84 %

Tabla 58: Número de asesores/asesoras con discapacidad, por sexo y región

Criterio	2023	2024	2025
Total	110	96	92
Género			
Masculino	63%	63%	59%
Femenino	37%	38%	41%
No binario	0%	0%	0%
Tipo de discapacidad			
Visual	12%	10%	12%
Motora	59%	60%	57%
Auditiva	16%	17%	17%
Neurológica	9%	3%	5%
Otras	5%	9%	9%
Región			
Lima y Callao	70%	66%	70%
Provincias	30%	34%	30%

Tabla 59: Antigüedad de los empleados

	2023	2024	2025
Antigüedad media de los empleados (años)	6.15	5.99	6.99
Antigüedad media de los empleados en la empresa (años) - hombres	6.49	6.23	7.07
Antigüedad media de los empleados en la empresa (años) - mujeres	5.68	5.66	6.89

Tabla 60: Número total y tasa de nuevas contrataciones por grupo etario, sexo y región (GRI 401-1)

Región	Sexo	Nuevas contrataciones 2025							
		Menor a 31 años		Entre 31 y 40 años		Mayor a 41 y 50 años		Mayor a 50 años	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Lima y Callao	M	577	45 %	46	21 %	17	31 %	4	67 %
Lima y Callao	F	313	24 %	50	23 %	16	30 %	1	17 %
Zona centro	M	37	3 %	12	5 %	4	7 %	0	0 %
Zona centro	F	14	1 %	2	1 %	1	2 %	0	0 %
Zona norte	M	135	10 %	31	14 %	2	4 %	0	0 %
Zona norte	F	51	4 %	36	16 %	4	7 %	0	0 %
Zona sur	M	109	8 %	25	11 %	7	13 %	1	17 %
Zona sur	F	59	5 %	18	8 %	3	6 %	0	100 %
Total		1,295	100 %	220	100 %	54	100 %	6	100 %

Tabla 61: Número total y tasa de rotación y cese por grupo etario, sexo y región (GRI 401-1)

Región	Sexo	Cese 2025						Rotación 2025					
		Menor a 30 años		Entre 30 y 50 años		Mayor a 50 años		Menor a 30 años		Entre 30 y 50 años		Mayor a 50 años	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Lima y Callao	M	29	36 %	20	38 %	2	100 %	26	12 %	8	11 %	5	25 %
Lima y Callao	F	20	25 %	11	21 %	0	0 %	30	14 %	9	12 %	7	31 %
Zona centro	M	4	5 %	5	10 %	0	0 %	25	12 %	6	9 %	0	0 %
Zona centro	F	2	3 %	0	0 %	0	0 %	17	8 %	9	13 %	0	0 %
Zona norte	M	7	9 %	5	10 %	0	0 %	31	14 %	9	12 %	6	25 %
Zona norte	F	4	5 %	2	4 %	0	0 %	30	14 %	11	15 %	2	11 %
Zona sur	M	8	10 %	4	8 %	0	0 %	29	14 %	10	14 %	2	8 %
Zona sur	F	6	8 %	5	10 %	0	0 %	25	12 %	10	14 %	0	0 %
Total		80	100 %	52	100 %	2	100 %	212	100 %	71	100 %	22	100 %

Tabla 62: Indicadores de rotación

Indicadores	2023	2024	2025
Tasa de rotación voluntaria	23 %	17 %	20.49 %
Tasa de rotación involuntaria	20.4 %	23 %	20.80 %
Tasa de rotación forzada acumulada	2.90 %	4.20 %	2.10 %
Índice global de rotación externa de la plantilla de hombres	-	24.21 %	25.18 %
Índice global de rotación externa de la plantilla de mujeres	-	22.22 %	25.18 %

Tabla 63: Tasa de bajas

Indicadores	2023	2024	2025
Número total de bajas/ número total de empleados	22 %	23 %	25 %
Número de bajas incentivadas/ número total de bajas	13 %	17 %	24.54 %

Tabla 64: Salario Promedio mensual en soles por mes (GRI 202-1)

Salario Promedio mensual en soles por mes	2023			2024			2025		
	Hombres	Mujeres	No binario	Hombres	Mujeres	No binario	Hombres	Mujeres	No binario
Salario medio directores y/o responsables de área funcional (gerentes, responsables, etc.)	S/16,858.09	S/16,261.48	0	S/ 15,232	S/ 15,804	0	S/ 15,920	S/ 15,928	0
Salario medio mandos intermedios	S/3,696.71	S/4,543.54	0	S/ 3,451	S/ 3,689	0	S/ 3,720	S/ 4,825	0
Salario medio profesionales cualificados/ técnicos especialistas	S/2,274.88	S/2,319.08	0	S/ 3,576	S/ 2,437	0	S/ 3,894	S/ 3,803	0
Salario medio empleados/ operarios/ administrativos/ auxiliares	S/1,250.14	S/1,093.03	0	S/ 1,236	S/ 1,393	0	S/ 1,397	S/ 1,260	0

Tabla 65: Ratio entre el salario base y la remuneración de mujeres frente a hombres (GRI 405-2)

Año	Categoría laboral	Sexo	Unidad	Salario base promedio	Ratio	Remuneración promedio	Ratio
2025	Administrativos	H	S/	2,472	-30 %	2,142	-26 %
		M	S/	3,202		2,709	
	Alta gerencia	H	S/	15,920	0 %	14,925	8 %
		M	S/	15,928		13,684	
	Gerencias medias	H	S/	3,720	-30 %	3,663	-25 %
		M	S/	4,825		4,592	
	Mandos intermedios	H	S/	2,510	-47 %	3,770	2 %
		M	S/	3,689		3,685	
	Operaciones	H	S/	1,461	1 %	1,570	8 %
		M	S/	1,452		1,448	
	Vendedores	H	S/	1,397	10 %	1,624	6 %
		M	S/	1,260		1,525	

Tabla 68: Salario mínimo estándar de la empresa de asesores/as

	2023	2024	2025
Porcentaje de trabajadores en tiendas y centros de distribución que perciben el salario mínimo estándar de la empresa.	3.59 %	3.49 %	4.01 %

Tabla 69: Retribución

	2023	2024	2025
Porcentaje de la retribución variable sobre el conjunto de la retribución.	14%	11 %	9.26%

Tabla 66: Ratio salarial de género por categoría laboral

Indicadores de ratio salarial	2025
Ratio de brecha salarial a nivel Dirección	-
Ratio de brecha salarial a nivel Gerencial	8.32 %
Ratio de brecha salarial a nivel Jefaturas	-25.37 %
Ratio de brecha salarial a nivel Profesional	2.25 %

Tabla 67: Salario mínimo por mes

Descripción	2023	2024	2025
Salario mínimo en la plantilla (soles por mes)	1,130 PEN	1.220 PEN	1.220 PEN
Salario Gerente General (soles por mes)	Confidencial	Confidencial	Confidencial

Tabla 70: Asesores/as sindicalizados y bajo convenio colectivo (GRI 2-30)

Sindicatos	N° de asesores/as sindicalizados/as	N° de convenios de negociación colectiva	Asesores/as cubiertos que estarían bajo el convenio colectivo	% de asesores/as que estarían cubiertos bajo el convenio colectivo
Sindicato Nacional de Tiendas del Mejoramiento del Hogar (SINATTIMEH)	285	1	5,353	84.20 %
Sindicato de Trabajadores de Sodimac Oriente	31	1	31	19.90 %

Tabla 71: Total de plantilla promocionada

Indicadores	2024	2025
% total plantilla promocionada	7 %	9 %
% hombres promocionados	63 %	55 %
% mujeres promocionadas	37 %	45 %
% no binarios promocionados	0 %	0 %

Tabla 72: Porcentaje de posiciones promocionadas dentro de la empresa

Indicadores	2024	2025
% de posiciones cubiertas por candidatos internos	70.80 %	79.81 %

Tabla 73: Evaluación de desempeño según categoría laboral (GRI 404-3)

Descripción	Masculino		Femenino	
	Asesores	%	Asesores	%
Tienda (subgerentes/as, jefes/as y asesores/as)	3,243	95%	2,270	92%
Oficinas de Apoyo	117	3 %	144	6%
Gerencias	62	2 %	42	2%
Total	3,422	100%	2,456	100%

Tabla 74: Asesores/as del programa Espíritu Joven

Criterio	2023	2024	2025
Total	424	493	403
Sexo			
Hombre	70%	67%	64%
Mujer	30 %	33 %	36 %
No binario	0 %	0 %	0 %
Grupo etario			
55 a 65 años	76%	76%	72%
66 a 84 años	24 %	24 %	28 %

Tabla 75: Porcentaje de mujeres en Top/Middle Management

Indicador	2024	2025
Mujeres en TM&MM	38.6%	41.70%

Tabla 76: Porcentaje de Mujeres en roles masculinizados

Indicador	2024	2025
Mujeres en roles masculinizados (montacarguista/ prevencionista/ maestraza/ matizadora)	26%	25.3%

Tabla 77: Tasa de absentismo

Indicadores	2023	2024	2025
Tasa global de absentismo	9.33 %	4.61 %	4.25 %
Tasa global de absentismo - hombres	8.93 %	4.98 %	3.58 %
Tasa global de absentismo - mujeres	9.92 %	4.06 %	5.25 %

Tabla 78: Cantidad total de horas de formación e inversión por nivel jerárquico

Total de horas de formación por persona	
Total de horas de formación por persona de nivel Gerencia	1,755
Total de horas de formación por persona de nivel Jefatura	17,759.8
Total de horas de formación por persona de nivel Profesional	113,342.7
Total de inversión (en soles) por persona	
Total de inversión por persona de nivel Gerencia	S/ 3,216.79
Total de inversión por persona de nivel Jefatura	S/ 1,200.15
Total de inversión por persona de nivel Profesional	S/ 98.84

Tabla 79: Promedio de horas de capacitación por tipo de cargo y género (GRI 404-1)

Categoría laboral	Masculino		Femenino		Total de horas por categoría	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Gerente y subgerente (Oficina de Apoyo y tiendas)	1,530.00	568.1	3,408	1,186.9	4,938.00	1,755
Profesionales y administrativos (Oficina de Apoyo + tiendas excepto Ventas, jefes/as y asesores/as)	17,328.00	27,622.40	20,797.13	38,188.30	38,125	65,810.70
Asesores, jefes y asesores de Ventas	90,143.57	25,096.10	133,709	40,195.70	223,852.07	65,291.80

Tabla 80: Inversión, porcentaje y costo de capacitación

Descripción	2025
Inversión por asesor/a en los programas de capacitación (S/)	S/ 88.79
Inversión total en capacitación de empleados en el 2025 (S/)	S/ 784,897.14
Inversión en formación por empleado y por año (dólares/total de la plantilla)	\$ 23.37
Porcentaje de empleados que han recibido formación en el último año	81.2 %
Costo promedio de inversión en programas de desarrollo para el 2025	S/ 20,087.03

Tabla 81: Promedio de horas de formación

Descripción	2024	2025
Cantidad promedio de horas de formación laboral para empleado	31	15.03
Horas de formación al año de cualquier tipo por empleado a nivel global	31	15

Tabla 82: Indicadores del Programa "Conocimiento Técnico Integral (CTI)"

Indicador	Puntos obtenidos en 2025
CTI General	90.8
Conocimiento Técnico	88.4
Herramientas digitales	93.2
Experiencia del cliente	92.5

Tabla 83: Indicadores de Coaching en Acción

Indicador	Resultados 2025
Meta de coaching	4,008
Coaching en acción ejecutados	6,593
Cumplimiento de la meta	164%
Puntaje promedio	91.4

Tabla 84: Número de asesores/as de la Red de Corresponsales 2025

Indicador	Hombres	Mujeres
Número de asesores/as de la Red de Corresponsales	62	133

Tabla 85: Resultados eNPS

Resultados eNPS	2024	2025
eNPS asesores/as PCD	55	54
eNPS mujeres	62	57
eNPS Comunidad LGBTQI+	60	63
eNPS Espíritu Joven	70	92

Tabla 86: Resultados Engagement

Resultados Engagement	2024	2025
Engagement asesores/as PCD	77%	80%
Engagement mujeres	79%	77%
Engagement Comunidad LGBTQI+	81%	77%
Engagement Espíritu Joven	92%	94%

Tabla 87: Resultados de Engagement y Liderazgo

Indicadores	2023	2024	2025
Engagement	78 %	78 %	76 %
Liderazgo	78 %	76 %	76 %

Tabla 88: Segmentación de la Encuesta de Cultura

Sexo	2023	2024	2025
Hombre	77 %	76 %	75 %
Mujer	81 %	79 %	77 %
No binario	0 %	0 %	-

Tabla 89: Engagement por tiempo de servicio

Tiempo de servicio	2023	2024	2025
Menos de 1 año	-	83 %	80 %
1 a 3 años	74 %	74 %	73 %
4 a 5 años	77 %	73 %	71 %
6 a 10 años	78 %	76 %	74 %
11 a 15 años	83 %	83 %	80 %
Más de 16 años	88 %	87 %	86 %

Tabla 90: Engagement por posición

Level	2023	2024	2025
Top Management	93 %	100 %	100 %
Middle Management	86 %	91 %	89 %
Junior Management	86 %	86 %	88 %

Tabla 91: Engagement por generación

Generación	2023	2024	2025
Gen Z	72 %	73 %	71%
Millennial	78 %	77 %	76 %
Gen X	83 %	83 %	83 %
Baby Boomers	88 %	88 %	86 %
Silent Generation	95 %	96 %	94 %

Tabla 92: Engagement por sede

Sede	2023	2024	2025
OA	73 %	78 %	76 %
Tiendas	78 %	78 %	77 %
CD	77 %	73 %	68 %
Contact Center	88 %	88 %	86 %

Tabla 93: Casos de vulneración de los datos e información

Casos sobre violaciones de seguridad de la información y total de personas o grupos de interés afectados	2025
Cantidad total de violaciones a la seguridad de la información suscitadas	0
Número total de clientes/consumidores afectados por las violaciones a la seguridad de la información	0
Número total de asesores/as afectados por las violaciones a la seguridad de la información	0

Tabla 94: Satisfacción de clientes

Unidad	2023	2024	2025	Meta 2025
NPS (puntos)	60.7	65.5	68.2	66.4

Tabla 95: Indicadores de calidad de la atención al cliente

Unidad	2024	2025
Indicador de la calidad de la atención al cliente (Call Center): Media	89.37 %	88.74 %
Indicador de la calidad de la atención al cliente (Call Center): Muy satisfechos (9-10)	83 %	86.36 %

Tabla 96: Número de denuncias y/o reclamos recibidos

Número de denuncias y/o reclamos recibidos	2025
	10,956

Tabla 97: Registro de los casos de vulneración de los datos e información

Indicadores	2025
Cantidad total de violaciones a la seguridad de la información suscitadas durante el 2025	0
Número total de clientes/consumidores afectados por las violaciones a la seguridad de la información durante el 2025	0

Tabla 98: Casos de incumplimiento Relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios (GRI 417-2)

Casos de incumplimiento Relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	2023	2024	2025
Con normativas que dan lugar a multas o sanciones	0	0	0
Con normativas que dan lugar a una advertencia	0	0	0
Con códigos voluntarios	0	0	0

PROVEEDORES

Tabla 99: Proveedores nacionales e internacionales

Proveedores nacionales y locales	2025	
	N° de proveedores	% de proveedores
Internacionales	862	21.4 %
Nacionales	3,175	78.6 %
Total	4,037	100.00 %

Tabla 100: Evaluaciones a sus proveedores e identifica sus riesgos ASG

Indicadores	2023	2024	2025
Número total de proveedores que participaron de un proceso de evaluación	525	536	507
Porcentaje de proveedores identificados con riesgo ASG	7.8 %	2.4 %	6.1 %

INVERSIÓN SOCIAL

Tabla 101: Indicadores de donaciones

Indicadores	2023	2024	2025
Cantidad de donaciones	19	4	3
Monto donaciones monetarias (S/)	186,100	146,718	125,000
Monto donaciones en especies (S/)	184,000	-	1,577.10

Tabla 102: Indicadores de las Rifas vendidas "Haciendo Escuela"

Indicadores	2023	2024	2025
Rifas vendidas "Haciendo Escuela"	24,806	-	29,324
Monto total rifas "Haciendo Escuela" (quitando comisión cajeros) (S/)	124,000	125,000	146,620

C. INDICADORES AMBIENTALES

Tabla 103 Alcance 1: Combustible y gases refrigerantes en 2025

Fuente	Unidad	Emisiones	%CO2e
Diesel grupos electrógenos y BCI	tCO2-eq	182	10 %
GLP Grúas		824	46 %
Gases Refrigerantes		780	44 %
Total		1,786	100 %

Tabla 104. Alcance 2: Electricidad en 2025

Fuente	Emisiones (tCO2-eq)	Consumo (GWh)
Red eléctrica	2,502	16,506,273
100% renovables	0	33,119,319
Generación solar propia	0	0
Total	2,502	49,625,592

Tabla 105. Alcance 3: Transporte de carga contratado en 2025

Fuente	Unidad	Emisiones	%CO2e
Importaciones	tCO2-eq	48,090	81 %
Abastecimiento local CD		0	0 %
Abastecimiento CD a tiendas		9,101	15 %
Despachos a clientes		2,035	3 %
Total		59,226	100 %

Tabla 106. Alcance 3: Traslado de clientes a tiendas en 2025

Fuente	Unidad	Emisiones	%CO2e
Vehículos particular o taxi	tCO2-eq	29,139	63 %
Transporte público		16,410	35 %
Caminando/Bicicleta		0	0 %
Motocicleta		874	2 %
Total		46,423	100 %

Tabla 107. Alcance 3: Otros en 2025

Fuente	Unidad	Emisiones	%CO2e
Transporte de asesores/as	tCO2-eq	5,856	71 %
Residuos y reciclaje		1,238	15 %
Manufactura combustible		140	2 %
Viajes de negocios		312	4 %
Insumos y servicios		753	9 %
Total		8,299	100 %



(GRI 2-1)

RAZÓN SOCIAL:

Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.
R.U.C. 20112273922

COMENTARIOS O SUGERENCIAS, CONTACTAR A:

Ana del Pilar Trigueros
Sub Gerenta de People Experience
E: atriguerossa@sodimac.com.pe

COORDINACIÓN Y EDICIÓN DEL CONTENIDO

Responde S.A.C

DIAGRAMACIÓN

Splash Creativo S.A.
Camela Soto Ramos

FOTOGRAFÍAS

Archivos Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.

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

www.sodimac.com.pe

***Juntos construimos
sueños y proyectos de hogar***

