



+Reporte de  
Sostenibilidad  
2015

Sodimac Colombia S.A.

# Reporte de Sostenibilidad 2015

## Sodimac Colombia S.A

Miguel Pardo Brigard  
Gerente General

Diego Hernández Arizabaleta  
Gerente de Desarrollo

Erasmo Moreno Aguilera  
Gerente de Tecnología

Germán Ortiz Cheuquelaf  
Gerente de Operaciones

Hernán David Pérez Arroyave  
Gerente de Logística e Importaciones

Karym Cecilia Grijalba Mármol  
Gerente de Gestión Humana Integral

Luis Prieto Archidona  
Gerente Comercial

Pedro José Gallón Tamayo  
Gerente Financiero y Administrativo

### Redacción

Paola Ximena Hernández  
María Paula Gómez  
Iván Andrés Gutiérrez  
Diana Sánchez

### Edición de contenidos

María Paula Gómez  
Diana Sánchez

### Aprobación de diseño

Dennys Lasso  
Diego Armando Rojas

### Diseño y diagramación

Equilibrio Gráfico Editorial Ltda.

### Fotografías

Archivo Sodimac Colombia S.A.  
[www.freestocktextures.com](http://www.freestocktextures.com)  
[www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

### Redes Sociales

Facebook: Homecenter Colombia  
Twitter: @Homecenter\_co

Carrera 68D # 80-70  
Bogotá, Colombia.  
(+571) 546 0000  
[www.homecenter.com.co](http://www.homecenter.com.co)

Paola Ximena Hernández  
Jefe de Responsabilidad Social  
Teléfono: (+571) 546 0000 Ext. 22283  
[phernandezs@homecenter.co](mailto:phernandezs@homecenter.co)

María Paula Gómez  
Analista de Responsabilidad Social  
Teléfono: (+571) 546 0000 Ext. 22920  
[mgomezp@homecenter.co](mailto:mgomezp@homecenter.co)

# Contenido

Mensaje del Gerente General	2	Marketing y comercio responsable: nuestros clientes	62
Sodimac Colombia en cifras	4	Gestión ambiental	70
Nuestro perfil	6	Desarrollo de proveedores comerciales	78
Nuestro compromiso con la sostenibilidad	21	Memorando de verificación-Deloitte	82
Gobierno corporativo y ética empresarial	32		
Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores	39		
Contribuyendo a nuestra comunidad	56		

\*Para consultar la tabla de indicadores GRI, favor remitirse al documento adjunto a este reporte en: [www.homecenter.com.co](http://www.homecenter.com.co)

# Mensaje del Gerente General



2015 fue un año de crecimiento y aprendizaje para nuestra familia Sodimac. Los resultados alcanzados demuestran el compromiso y dedicación de los colaboradores, quienes día a día trabajaron para cumplir los sueños e ideas de cada una de las personas que visitaron nuestras tiendas físicas y virtuales.

A través de este tercer Reporte de Sostenibilidad, segundo bajo la metodología G4 del Global Reporting Initiative (GRI), y verificado por Deloitte & Touche Ltda., quiero invitarlos a conocer el balance de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante el año 2015, tiempo en el cual alcanzamos las metas que nos propusimos y asumimos nuevos retos, posicionándonos como referentes en el sector retail.

Es un orgullo poder comunicar que llegamos a nuevas ciudades con nuestra oferta de valor, desarrollamos nuevas líneas de productos, fortalecimos la estrategia de canales y tuvimos un crecimiento en ventas del 14%, con respecto al año 2014. Continuamos mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, trabajamos con comunidades vulnerables, gestionamos programas enfocados al cuidado de los recursos naturales y promovimos buenas prácticas empresariales en nuestra cadena de suministro.

Fortalecimos nuestra presencia a nivel nacional, con la apertura de la tienda de Girardot y la tienda de Yopal, además de la inauguración de nueve Car Centers, lo cual nos posiciona en 19 ciudades y tres municipios de Colombia. Así mismo, iniciamos la operación del segundo Centro de Distribución de la compañía, ubicado en Funza, siendo este el más grande de Colombia y una de las inversiones más importantes que hemos realizado en el país. Su funcionamiento permitirá mejorar los tiempos de respuesta de la operación y aumentará la disponibilidad de productos en las tiendas, para optimizar así la experiencia de compra de nuestros clientes.

Adicionalmente, fortalecimos la estrategia de integración de canales para que existan diferentes maneras de acceder a los servicios y productos que ofrecemos a nuestros clientes. En 2015, tuvimos el lanzamiento de la aplicación 'Mi Proyecto', la cual permite conocer y cotizar en detalle lo que comercializamos a través de dispositivos móviles, acción que se complementó con la conexión de redes WiFi en el 100% de las tiendas, facilitando de este modo el ingreso a la "App" desde nuestros centros de trabajo.

Por otro lado, gestionamos programas dirigidos a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, reconociendo que son ellos el motor de la compañía. Destaco la culminación del programa 'Red en Acción', con el cual logramos intervenir desde el inicio del programa 214 viviendas en obra negra o gris de personas que hacen parte del equipo Sodimac, sueño que alcanzamos gracias al apoyo y contribución de diferentes aliados que se unieron a la adecuación de sus hogares.

Adicionalmente, fomentamos el crecimiento laboral y personal de la familia Sodimac. Dentro de las actividades que desarrollamos, impartimos más de 800 mil horas de formación, graduamos la primera promoción de 128 técnicos en construcción de obras y otorgamos el título de técnico en operaciones comerciales y de mercadeo a 53 colaboradores.

Como otra de nuestras prioridades, trabajamos para seguir mejorando las condiciones de comunidades vulnerables, a través nuestro programa de voluntariado corporativo. En dicho programa beneficiamos a más de 8.600 personas, donamos más de 5.500 horas y movilizamos a 740 voluntarios Sodimac, realizando reparaciones

locativas en Instituciones Educativas Distritales, construcciones de soluciones temporales de viviendas para familias en extrema pobreza y mitigando el impacto en los recursos naturales a través de jornadas ambientales.

Finalmente, continuamos enfocados en consolidar una cultura de respeto y cuidado por el medioambiente, compromiso que se evidencia en los resultados de 2015. Como parte de la compensación de la huella de carbono, sembramos 5.875 árboles y logramos reducciones significativas con los programas de ahorro de energía, bolsas, reciclaje, manejo adecuado de los recursos, entre otros. Así mismo, somos responsables con el manejo adecuado de vertimientos, razón por la cual construimos nueve Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR).

Para 2016, nuestros retos estarán enfocados en la construcción de relaciones que generen valor a largo plazo con cada uno de los grupos de interés, por lo cual compartiremos nuestra cultura de gestión sostenible en toda la cadena de abastecimiento, con el propósito de promover buenas prácticas empresariales en la triple cuenta. Además, trabajaremos para que los procesos logísticos sean cada día más eficientes con la fiel convicción que continuaremos mitigando los impactos a nivel ambiental y gestionando adecuadamente los posibles riesgos que se deriven de la operación.

Agradezco a cada una de las personas que hicieron posible tener un excelente desempeño en 2015, motivándolos para que con pasión y dedicación tengamos una gestión ejemplar en cada una de las acciones que llevemos a cabo durante 2016 y continuemos contribuyendo al desarrollo de nuestros colaboradores, clientes, proveedores, comunidades y el país.

**Miguel Pardo Brigard**

Gerente General  
Sodimac Colombia S.A.



**35** Tiendas.



**19** ciudades.



**3** municipios.



**7.958**  
colaboradores.

# Sodimac Colombia en cifras



Más de **37 millones**  
de visitantes en nuestras  
tiendas a nivel nacional.



**337.950**  
m<sup>2</sup> en tiendas.



**52.288**  
referencias activas  
de productos.



**3.26** billones en  
ventas netas.



**24 millones**  
de transacciones.

# Nuestro perfil

Somos una compañía orientada a desarrollar, satisfacer y dar soluciones a los proyectos de construcción, remodelación y decoración que emprenden nuestros clientes, apoyo que les ofrecemos a través de nuestra amplia red de canales de venta y servicios. Con el objetivo de alcanzar la excelencia en cada una de nuestras acciones, gestionamos programas que permiten el crecimiento integral de nuestra casa y que reflejan nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

## NUESTRO PROPÓSITO CENTRAL

Desarrollarnos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría a través del canal de venta que el cliente escoja, al mejor

precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

## NUESTRA VISIÓN

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

## NUESTROS VALORES

En Sodimac Colombia, establecimos valores orientados a que los diferentes frentes de la compañía adopten prácticas ejemplares, éticas y transparentes. Promovemos que nuestras acciones se lleven a cabo con pasión e innovación para cumplir los sueños de nuestros clientes, además nuestro equipo debe ser íntegro en su actuar y responsable con su entorno, con el propósito de desarrollar actividades responsables con la sociedad de manera sostenible.

### Valores Sodimac

- Pasión por la experiencia de nuestros clientes.
- Innovadores y cada vez mejores.
- Personas íntegras.

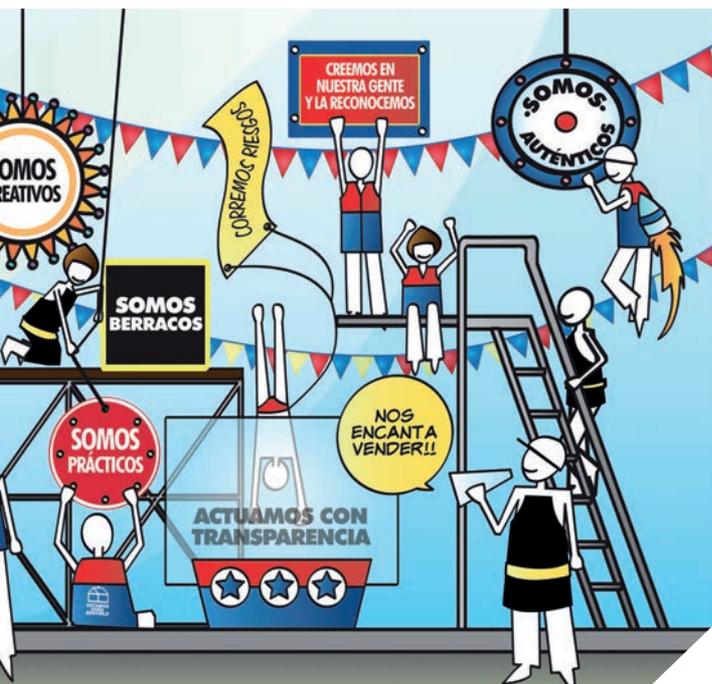


- Ejemplo de respeto por los demás y compromiso con el desarrollo.
- Austeros y sencillos.
- Responsables con la comunidad y la sostenibilidad en sus tres vértices (económico, social y ambiental).

## NUESTRA CULTURA

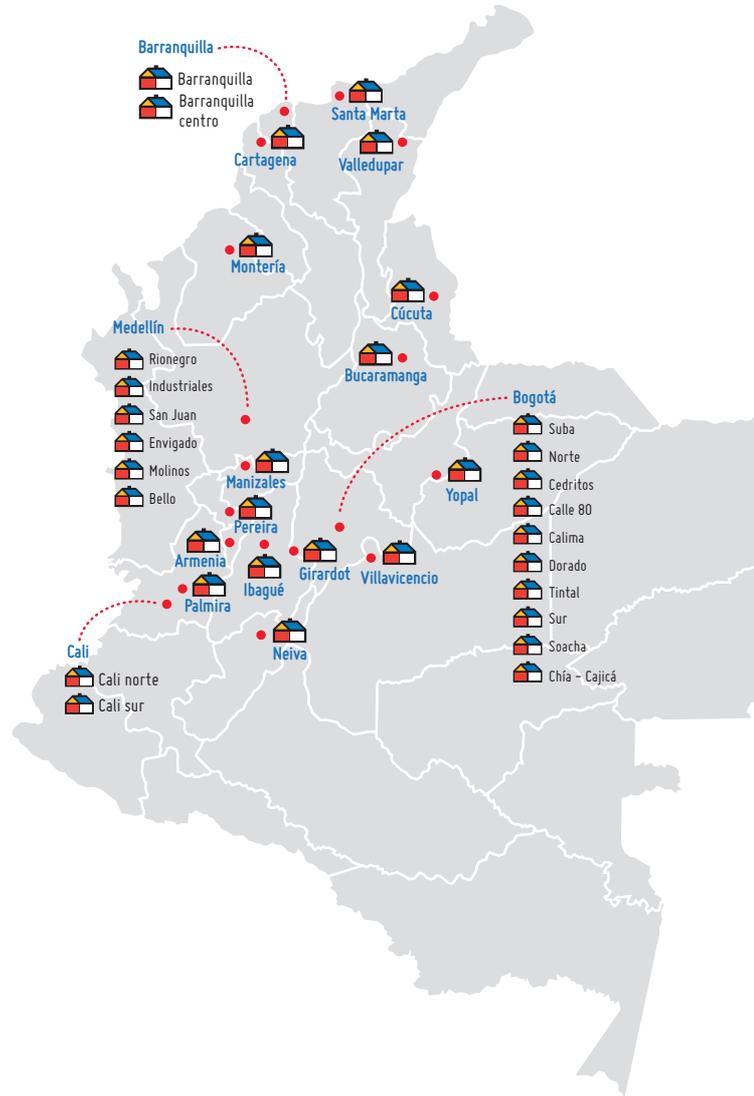
Desde hace cuatro años como compañía decidimos definir lo que nos caracteriza y nos hace diferentes, la razón de ser de Sodimac Colombia. Nuestra cultura está conformada por aspectos esenciales que orientan nuestro comportamiento en cada una de las acciones que llevamos a cabo diariamente, elementos que nos permitieron, en 2012, declarar lo que somos de la siguiente manera.

Cultura Sodimac es una forma de Vivir, Hacer y Sentir las cosas que nos caracterizan: por eso somos alegres, felices, creativos, líderes, constructores de sueños, auténticos, dinámicos, prácticos, diversos, berracos, comprometidos y solidarios. Construimos juntos, corremos riesgos, aprendemos de nuestros errores, creemos en nuestra gente y la reconocemos, actuamos con transparencia, nos encanta vender, tenemos espíritu de servicio y estamos orgullosos de pertenecer a nuestra compañía.



## ¿Dónde estamos?

Seguimos expandiendo nuestra operación a nivel nacional. En 2015 abrimos dos nuevas tiendas, consolidando nuestra presencia en 19 ciudades y 3 municipios con 35 puntos de venta.



35  
Tiendas

19  
Ciudades

3  
Municipios

# Nuevo Centro de Distribución

En Sodimac Colombia nos sentimos orgullosos por la apertura del segundo Centro de Distribución, ubicado en el municipio de Funza. Gracias a esta nueva posición estratégica, los tiempos de respuesta de la operación y la disponibilidad de producto en las tiendas serán superiores, mejorando así la experiencia de compra de nuestros clientes.

Este proyecto, que iniciamos hace cuatro años, se convirtió en el Centro de Distribución más grande de Colombia y en una de las inversiones más importantes que hemos realizado en el país. La tecnología de última generación implementada en sus instalaciones, evidencia la apuesta que como compañía hacemos a la innovación en busca de mayores beneficios para nuestros clientes.



**63.000 m<sup>2</sup>**

Área de la primera etapa.

**1.300 und.**

de 20 pies. Capacidad patio de contenedores.

**100**

Muelles para carga y descarga.

**Más de 70.000**

Posiciones de estivas  
Capacidad de almacenamiento.

**Más de 10.000**

Referencias de producto en zonas de picking.

El sistema automático de clasificación procesa **6.000** cajas por hora.

**60**

Puntos de despacho simultáneo.



# Nuestros canales de venta

Conocemos a nuestros clientes y por eso disponemos de tres canales de venta que se ajustan a sus necesidades.

## Retail



Buscamos lograr que la mayor cantidad de personas en América puedan hacer de sus casas el mejor lugar del mundo. Ofrecemos asesoría, ideas y el precio más conveniente, accediendo a la más completa variedad de productos y servicios través de múltiples puntos de contacto.

## Retail



Buscamos elevar el nivel de vida de los especialistas en Latinoamérica. Ayudamos a los especialistas a desarrollarse y hacer crecer sus negocios. Ofrecemos el mayor surtido de productos y servicios, la asesoría en cualquier lugar, con el mejor precio y crecimiento profesional.

## VENTAS A DISTANCIA



Es el canal que nos permite llegar a más lugares de la geografía colombiana, vía telefónica y por Internet.

## VENTA A EMPRESAS



Es el canal a través del cual brindamos las mejores soluciones y precios a nuestros clientes empresariales y del sector de la construcción.

## Integración de canales



Esta iniciativa, que iniciamos en 2014, ofrece a nuestros clientes una nueva y mejor experiencia de compra, estableciendo una relación transversal entre la marca y ellos a través de los canales de información habilitados por la compañía.

Una muestra de la evolución que esta estrategia tuvo en 2015 es 'Mi Proyecto', una aplicación "App" que permite a nuestros clientes acceder a la tienda desde sus dispositivos móviles para consultar precios, cotizar, localizar productos en tiendas específicas, escanear códigos de barras, consultar fichas técnicas, entre otras acciones. Así mismo, implementamos la modalidad 'Retiro en tienda', con la cual los clientes adquieren sus productos en nuestra tienda virtual y eligen la tienda de su preferencia para recoger sus compras, ahorrando tiempo.

Por otro lado, incorporamos computadores fijos en los puntos de venta para que a través de ellos nuestros colaboradores puedan acceder de forma más eficiente a la amplia oferta de productos y servicios, y entregar a nuestros clientes información más detallada, satisfactoria y oportuna. Este plan se consolidó con el apoyo de la Escuela Omnicanal en la que se capacitó al equipo Sodimac con una serie de cursos virtuales que incluían las siguientes temáticas:

- Estrategia Omnicanal.
- Cómo funciona nuestra tienda en Internet.
- Nuestra red WiFi y nuestra aplicación 'Mi Proyecto'.
- Martín, una experiencia de compra Omnicanal.
- Nuevas Tecnologías Web 2.0.



## Principales resultados de la integración de canales



Más de **19.000** descargas de nuestra aplicación 'Mi Proyecto'.



Conexión de redes WiFi en todas nuestras tiendas.



Más de **7,9 millones** de conexiones a nivel cadena.



Más de **40.000** horas de formación virtual y **5.000** presencial.

# Nuestros productos y servicios

## Productos

-  Cubiertas y hierro figurado.
-  Puertas, ventanas, maderas, obra gruesa, decoración e iluminación.
-  Baños, cocinas y línea blanca.
-  Herramientas, ferretería y autos.
-  Pinturas y accesorios.
-  Pisos y paredes.
-  Plomería y gasfitería, comunicación, electrónica y electricidad.
-  Agro y decojardín.
-  Organizadores, aseo y muebles.

## Servicios

-  Despacho a domicilio.
-  Financiación.
-  Alquiler de herramientas.
-  Corte y dimensionado de materiales.
-  Cotización de productos.
-  Garantía de poder devolver los productos.
-  Instalación de productos.
-  Mezcla de pinturas.

Trabajamos día a día para conocer las necesidades de los clientes y así poner a su disposición proyectos de remodelación, productos y servicios de la mejor calidad, una amplia oferta de artículos, asesoría especializada para sus proyectos, responder con tiempos de entrega oportunos y presentarles diferentes opciones de garantía. De esta forma, buscamos que los compradores tengan en nuestras tiendas Homecenter y Constructor una experiencia memorable de compra.

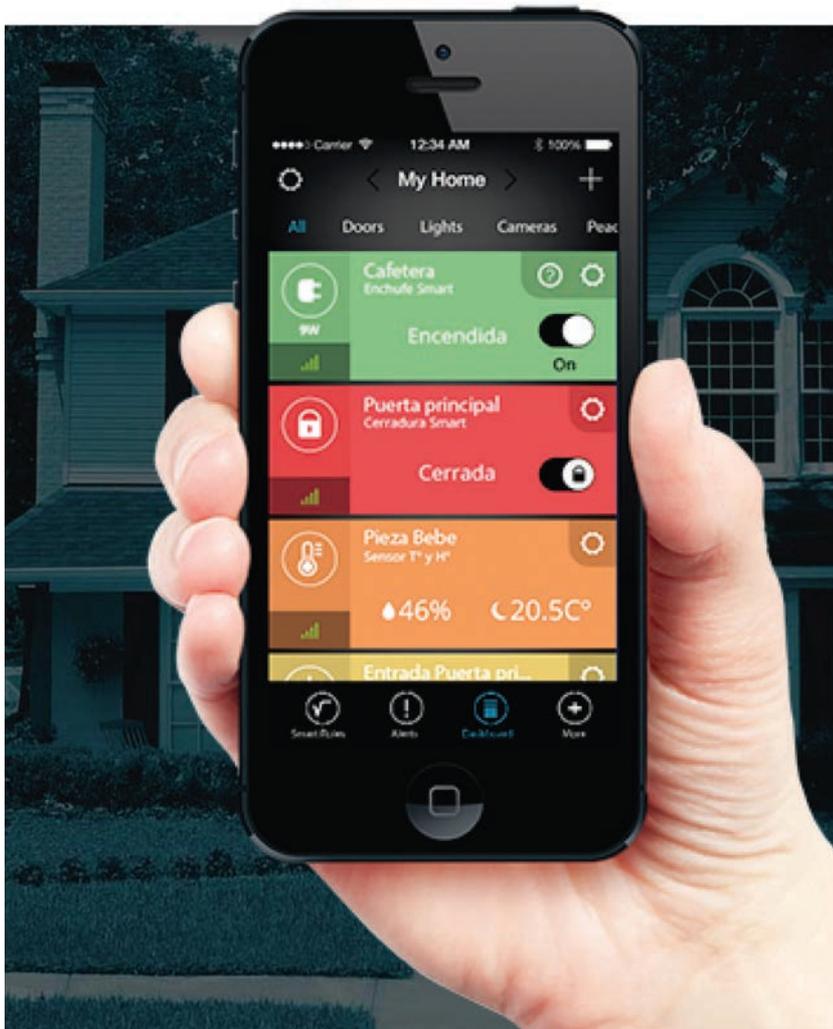
Nuestro portafolio de servicios cuenta con el respaldo de 42 proveedores a nivel nacional, lo que nos permite cumplir cabalmente con los tiempos de entrega de los productos y servicios que ofrecemos a pedido. Instalaciones de pisos, baños, cocinas, puertas, elementos de iluminación y decoración, y ensamble de muebles, cabinas y duchas son solo algunos de los servicios que contiene nuestro portafolio. Adicionalmente, contamos con el Centro de Proyectos, donde brindamos asesoría en el diseño y en la elección de los productos.



Para brindarle a nuestros clientes una experiencia completa que vaya más allá de la compra, tenemos los Car Center, un espacio diseñado para el cuidado y mantenimiento de los vehículos. Los clientes pueden elegir entre el lavado, cambio de aceite, balanceo, alineación y mecánica rápida, además de la revisión de batería y el estado de plumillas. Una exhibición de llan-

tas, baterías y todo tipo de accesorios también hace parte de estas tiendas. Al final de 2015, sumamos un total de 24 Car Centers en 14 ciudades y en tres municipios del país.




 The logo for Ozom features the word "ozom" in a lowercase, sans-serif font. The letter "o" is replaced by a blue circle with a white dot in the center, and there are three other blue circles of varying sizes floating around it, suggesting motion or connectivity.


## HACEMOS LA DIFERENCIA CON NUEVOS PRODUCTOS

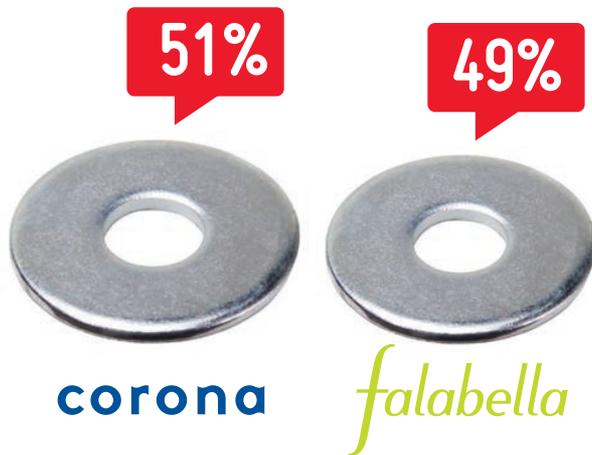
Somos coherentes con nuestra estrategia de innovación, razón por la cual hemos desarrollado de manera exclusiva una nueva línea de productos de automatización doméstica.

Ozom, es una marca propia de productos que hace realidad el concepto de casas inteligentes. Nuestra propuesta ofrece múltiples beneficios a precios muy cómodos en el mercado, lo que le permite a nuestros clientes acceder a ella y así controlar sus hogares desde la distancia con total tranquilidad y comodidad.

Gracias a la variedad de productos que componen esta línea, el usuario puede elegir los de su interés y agregar en cualquier momento dispositivos según sus necesidades. Entre los componentes tecnológicos, todos inalámbricos, se encuentran ampolletas LED dimerizables, enchufes, cámaras, sensores de temperatura, humedad, presencia y movimiento, y cerraduras, los cuales operan a través de redes WiFi.

# Naturaleza de la propiedad y forma jurídica

Sodimac Colombia S.A. es una empresa Colombo Chilena con una participación accionaria de 51% de Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S.A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile.



La Organización Corona es una multinacional colombiana con más de 130 años de historia empresarial, compuesta por seis unidades estratégicas de negocio dedicadas a la manufactura y comercialización de productos para el hogar y la construcción.

Falabella, por su parte, es una multinacional chilena con más de 126 años de experiencia, con negocios en los sectores de retail y financiero; siendo una de las compañías más grandes de retail en Latinoamérica.

## TIENDAS SODIMAC EN LATINOAMÉRICA

Tenemos presencia en diferentes países de Latinoamérica a través de nuestras marcas Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Homy, Imperial, Maestro y Dicico.



# Nuestro desempeño económico

## Valor económico directo creado (VEC)

**COP\$ 3.26 billones**  
Ventas netas.

## Valor económico distribuido (VED)

**COP\$ 2.8 billones**  
Pagos a proveedores de materias primas y servicios.

**COP\$ 112 mil millones\***  
Pagos a proveedores de capital.

**COP\$ 185 mil millones**  
Salarios y beneficios sociales.

Cerca de  
**COP\$ 1.9 mil millones**  
Inversiones en la comunidad.

**COP\$ 125 mil millones**  
Pagos al gobierno.

\* A partir de 2015, reportaremos el pago a proveedores de capital como parte de nuestro compromiso de rendición de cuentas a nuestros grupos de interés.

Nuestro principio de rentabilidad y sostenibilidad busca generar valor a nuestros accionistas, clientes, colaboradores y proveedores. Y así lo refleja el crecimiento que tuvimos en 2015, un año en el que nuevamente nos posicionamos como la mejor alternativa para la construcción y el mejoramiento del hogar.

Contamos con un ingreso total por ventas superior a COP\$ 3.26 billones que se ve reflejado en un incremento del 14%, comparado con 2014. Estas cifras responden al trabajo en equipo que hemos diseñado para asumir los retos de desarrollo que nuestra compañía enfrenta en el presente económico del país.

En la medida que crecemos cada año como organización, también crece nuestro compromiso y responsabilidad corporativa. Por eso, durante 2016 seguiremos trabajando con gran empeño para cumplir con las metas de rentabilidad de la compañía, y así continuar beneficiando a nuestros diferentes grupos de interés.



# Nuestros principales logros 2015

## \$ Económicos

- Inauguramos dos nuevas tiendas en Girardot y Yopal.
- Abrimos nuestro segundo Centro de Distribución Funza, el más grande de Colombia.
- Realizamos la apertura de nueve Car Centers, lo que nos lleva a tener 24 operando actualmente en el país.
- Lanzamos de manera exclusiva una nueva línea de productos de automatización doméstica: Home Automation - Ozom.
- El indicador de nuestro programa Promotor tuvo un resultado del 56%.





## Sociales

- Presentamos nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad bajo los estándares internacionales GRI y el segundo en su versión G4, documento verificado por Deloitte & Touche Ltda.
- Realizamos 36 jornadas de voluntariado a nivel nacional, para completar así un total de 5.576 horas laborales donadas.
- Mejoramos la calidad de vida de 113 colaboradores de la familia Sodimac por medio de nuestro programa 'Red en Acción'.
- Implementamos la política de pago a pequeñas empresas en un tiempo máximo de 30 días calendario.
- Vinculamos en total 60 personas en el programa de inclusión laboral.
- Contamos con 121 colaboradores en el programa 'Manos Capacitadas'.
- Impartimos más de 800 mil horas de formación a nuestros colaboradores.
- Graduamos a la primera promoción de 128 Técnicos en construcción de obras, con el apoyo de la Fundación Universitaria Horizonte.
- Otorgamos el título de Técnico en operaciones comerciales y de mercadeo a 53 colaboradores, en alianza con el Politécnico Grancolombiano.
- Realizamos el lanzamiento de la Escuela Logística, la cual ofrece un Diplomado en Logística para 65 colaboradores. El programa es homologable con una carrera tecnológica logística.
- Lanzamos la Escuela de Servicio, a través de la cual impartimos 14.000 horas de formación.
- Realizamos la Segunda Gran Feria de la Capacitación para Especialistas.

## Ambientales

- Construimos nueve Plantas de Tratamiento de Agua Residual.
- Capacitamos al 100% de nuestros colaboradores en temas como contingencias ambientales, ahorro de agua, ahorro de energía, racionalización de bolsas plásticas, entre otros.
- Sembramos 5.875 árboles que contribuyeron a mitigar nuestra huella de carbono.
- Implementamos dos puntos de posconsumo, los cuales denominamos Puntos Limpios.
- Promovimos una cultura amigable con el medio ambiente, con nuestro programa Casa Eco, a través de talleres, cápsulas de televisión, revistas, separatas, entre otras, impactando de este modo a más de 24 mil personas.
- Nuestras tiendas de Bucaramanga, Cajicá, Cedritos, Manizales y Montería cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés), como construcciones sostenibles en el país.



# Premios y reconocimientos 2015

- Recibimos el reconocimiento Oro en los premios Liga de Campeones Prisma Corona 2015, en la categoría iniciativas de sostenibilidad ambiental y social, por nuestro programa 'Red en Acción'.
- En los estudios que realiza Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) obtuvimos los siguientes reconocimientos: (i) Merco Talento, nos ubicamos por primera vez entre las 30 mejores empresas del país para trabajar, (ii) Merco Empresas y Líderes, nos posicionamos en el puesto 31 de las 100 empresas colombianas con mejor reputación en el país, (iii) Merco empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo, alcanzamos por primera vez el puesto 21. En todos los estudios logramos el segundo puesto del *ranking* sectorial en el grupo de Grandes Superficies.
- Los Premios Gestionhumana.com Gold 2015, nos eligió como ganadores en la categoría Empresas Socialmente Responsables, gracias a nuestro programa de 'Manos capacitadas' y a los planes de inclusión laboral y bienestar que desarrollamos.
- Recibimos la certificación al Sistema de Gestión Ambiental (SGA) de la tienda de Cedritos bajo los parámetros de la norma ISO 14001:2004, primer almacén de la cadena en obtener este reconocimiento.
- Nuestra marca Homecenter obtuvo el primer lugar, en el estudio anual 'Meaningful Brands' realizado por el grupo Havas Media Group, en la categoría de retail como la marca con mayor significado y renombre en Colombia.
- Fuimos reconocidos por la Revista Publicidad y Mercadeo como una de las marcas con mayor impacto generado con contenidos virales en Colombia. Las historias que nos otorgaron este reconocimiento fueron: "¡La mejor misión del mundo, tienes que verla!" y "La sorpresa de esta madre te llegará al corazón".

# Nuestro compromiso con la sostenibilidad



El entorno mundial actual exige que las empresas desarrollen una gestión sostenible a nivel económico, social y medioambiental, y en Sodimac Colombia estamos comprometidos con esta filosofía. Nuestra estrategia de responsabilidad social busca ofrecer un valor agregado a nuestros públicos a través de programas sostenibles, los cuales están alineados y respaldados por estándares internacionales como el Pacto Global de las Naciones Unidas, los parámetros del Global Reporting Initiative (GRI) y la norma ISO 26000.



Tomamos la rendición de cuentas como un compromiso de transparencia hacia nuestros grupos de interés y, al mismo tiempo, prestamos especial atención a las actividades de la organización que pueden afectarlos, para reconocerlas, prevenirlas, mitigarlas y tener control sobre ellas. Es así como este informe se constituye como el primer paso formal para comunicar el impacto económico, social y medioambiental que nuestras acciones tienen sobre nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, Gobierno y comunidad.

Nuestro Comité de Sostenibilidad, liderado por el Gerente General, es una pieza clave para alcanzar este objetivo, pues este equipo interdisciplinario de trabajo define los lineamientos y orienta a las diferentes áreas de la compañía hacia el cumplimiento de la Política de Responsabilidad Social. En las reuniones que se realizan bimensualmente, se establecen los planes, programas e iniciativas relacionadas a generar prácticas sostenibles a nivel económico, social y ambiental, para mejorar el desempeño organizacional con base en los objetivos establecidos por estándares internacionales en materia de sostenibilidad.

## Alcance y elaboración de nuestro reporte de sostenibilidad

El reporte de sostenibilidad 2015 –el tercero que elaboramos bajo la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) y segundo en su versión G4, en su opción Esencial de conformidad con la guía– presenta la gestión realizada y el impacto generado por nuestra compañía entre enero y diciembre de 2015, en las 19 ciudades y tres municipios donde tenemos presencia. El documento, incluye temas estratégicos para nuestra organización y para nuestros grupos de interés, fue verificado por Deloitte & Touche Ltda., firma especializada en realizar auditorías a reportes de sostenibilidad





## Nuestros grupos de interés

Fortalecer la relación con nuestros públicos de interés y generar vínculos sólidos con ellos nos permite identificar, evaluar y gestionar los posibles riesgos e impactos que se derivan de nuestra operación. Es por eso que promovemos iniciativas dirigidas a nuestros 15 tipos de audiencias, que dependiendo de su relevancia y relacionamiento con la compañía, están distribuidas en cuatro grupos, así: influyentes, facultativos, inactivos y vigilantes. Dicha distribución fue el resultado de un proceso de identificación realizado por los miembros del Equipo de Gerencia y del Comité de Sostenibilidad.

Tras la identificación y agrupación de nuestras partes interesadas, es necesario mantener un diálogo permanente y fluido con ellos a través de los canales de comunicación. Conocer sus opiniones y expectativas, o mantenerlos informados sobre los acontecimientos más importantes de la compañía, son acciones que fomentan su participación activa en el ejercicio de nuestra responsabilidad corporativa. La comunicación directa con nuestros grupos de interés nos ha permitido vincularlos a diferentes iniciativas y tomar mejores decisiones sobre nuestros compromisos empresariales, logrando impactos positivos para ambas partes.

### Grupos de interés

-  Clientes.
-  Colaboradores.
-  Proveedores.
-  Gobierno corporativo.
-  Comunidad.
-  Sindicato.
-  Contratistas.
-  Concesiones.
-  Empresas de la competencia.
-  Entes del Gobierno.
-  Entidades académicas.
-  Entidades expertas.
-  Entidades financieras.
-  Medios de comunicación.
-  Entidades gremiales.

# Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés



## Empresas de la competencia

- + Mesas de trabajo con entidades gremiales.
- + Página web.
- + Redes sociales.
- + Defensoría de la competencia.



## Comunidad

- + Atención directa en el área de Responsabilidad Social.
- + Recepción de inquietudes en los centros de experiencia de compra de asuntos relacionados con comunidades cercanas a las tiendas.
- + Visitas y diagnósticos en comunidades cercanas a las tiendas.
- + Página Web.
- + Redes sociales.



## Clientes

- + Encuesta online (programa 'Promotor' - NPS (Net Promoter System), por sus siglas en inglés).
- + Llamadas personalizadas de verificación de la encuesta online.
- + Página Web.
- + Centros de servicio al cliente ubicados en todas las tiendas.
- + Buzón de sugerencias en tiendas.
- + Revistas y catálogos.
- + Líneas telefónicas de atención a clientes.
- + Redes sociales.



## Entidades financieras

- + Página Web.
- + Redes sociales.
- + Atención directa con tesorería.



## Entes de Gobierno

- + Página Web.
- + Auditorías e informes de gestión para los principales entes de control.
- + Redes sociales.
- + Atención directa con la Gerencia Jurídica.



## Medios de comunicación

- + Atención directa con Gerencia y Jefes de Mercadeo.
- + Página web.
- + Redes sociales.
- + Ruedas de prensa.
- + Comunicados de prensa.



## Colaboradores y Sindicato

- + Espacio de diálogo social con los colaboradores del sindicato.
- + Reuniones entre representantes de la compañía y los miembros del sindicato.
- + Encuesta de clima organizacional.
- + Cartelera de actualidad Sodimac.
- + Intranet.
- + Emisora Sodimac al aire.
- + Sodimac TV.
- + Charlas con el Gerente.
- + Comités de participación en tiendas.
- + Comités de tienda y de áreas.
- + Atención directa con las jefaturas de área, gestión humana de todas las tiendas y relaciones laborales.
- + Escuela de Excelencia Sodimac.
- + Página Web.
- + Líneas éticas.
- + Retroalimentación de la evaluación de desempeño y desarrollo.



## Entidades académicas y entidades expertas

- + Atención directa con áreas específicas de la compañía.
- + Página Web.
- + Redes sociales.



## Entidades gremiales

- + Mesas de trabajo.
- + Informes y documentos de gestión.
- + Página Web.
- + Redes sociales.
- + Atención directa con áreas específicas de la compañía.



## Gobierno Corporativo

- + Gerencia de Riesgos y Cumplimiento.
- + Comité de Auditoría corporativa y Comité de Riesgos y Cumplimiento.
- + Junta Directiva.
- + Informe anual de accionistas.
- + Página Web.
- + Atención directa de la Gerencia General y del equipo de gerencia (presencial, telefónica y vía correo electrónico).
- + Reuniones ordinarias de Junta Directiva en las que participan accionistas.



## Proveedores Contratistas y Concesiones

- + Reuniones con área de concesiones.
- + Encuesta de satisfacción a proveedores.
- + Atención directa de la Gerencia Comercial.
- + Comunicación directa con los jefes de línea y gerentes de negocio.
- + Encuentros de proveedores.
- + Línea directa de atención a proveedores (correo electrónico y vía telefónica).
- + Página Web.
- + Manual de Proveedores.
- + Redes sociales.
- + Defensoría del proveedor.
- + Defensoría de la competencia.

# Materialidad

En Sodimac Colombia, identificamos con base en la metodología G4 y los cuatro pasos fundamentales de la última versión del GRI (identificación, priorización, validación y revisión) nuestros asuntos más relevantes para guiar la gestión sostenible.

A partir de esta identificación, concentramos nuestros esfuerzos en programas que impulsen el crecimiento a nivel económico, social y ambiental, para la naturaleza del negocio y los grupos de interés.

## Ruta de materialidad



### Paso 1 Identificación

Benchmark de la industria (contexto). →  
 Análisis información secundaria. →  
 Consultas a partes interesadas. →

Lista de aspectos relevantes para la organización.



### Paso 2 Priorización

Priorizar los asuntos basado en los impactos e influencia. →  
 Identificar indicadores relacionados. →

Matriz de materialidad, alcance e impactos.



### Paso 3 Validación

Aplicar el principio de exhaustividad.  
 Validación de los aspectos y indicadores por parte de la alta dirección.

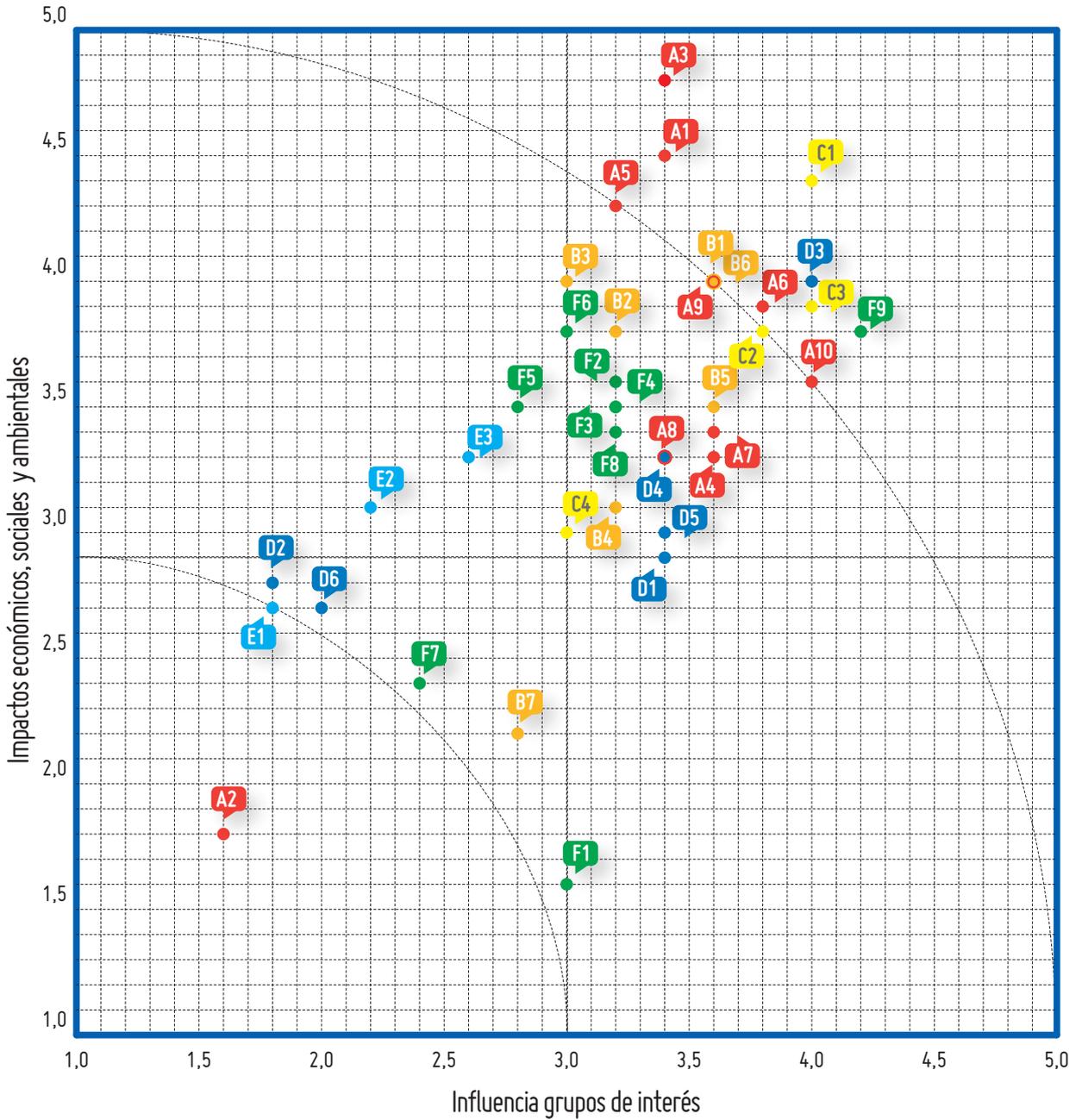


### Paso 4 Plan y reporte de sostenibilidad

# Asuntos materiales

Pilares Sodimac Colombia		Ámbitos desagregados	
Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	A	A1	Lineamientos estratégicos y gestión de sostenibilidad
		A2	Política pública
		A3	Ética y anticorrupción
		A4	Derechos humanos
		A5	Rendición de cuentas y transparencia
		A6	Gestión de riesgos para la sostenibilidad
		A7	Relación con grupos de interés
		A8	Regulación - Cumplimiento normativo
		A9	Innovación y desarrollo
		A10	Desempeño económico
Colaboradores	B	B1	Clima laboral
		B2	Calidad de vida laboral
		B3	Diversidad e inclusión
		B4	Formación y desarrollo profesional
		B5	Relaciones laborales y diálogo con el sindicato
		B6	Salud y seguridad laboral
		B7	Beneficios y compensaciones
Marketing y Comercio Responsable	C	C1	Experiencia de compra (satisfacción del cliente, canales de atención y reclamos)
		C2	Ética publicitaria / <i>Marketing</i> responsable
		C3	Salud y seguridad del cliente
		C4	Consumo responsable
Desarrollo de proveedores comerciales	D	D1	Política de pago a proveedores
		D2	Canales de atención y reclamos - Defensoría del proveedor
		D3	Gestión del riesgo con proveedores (sistema de control-Sedex)
		D4	Calidad de productos y servicios (ciclo de vida producto)
		D5	Gestión de Proveedores (selección y contratación, encuestas de satisfacción al proveedor, evaluación)
		D6	Proveeduría social
Contribución a la Comunidad	E	E1	Inversión social (donación de vueltas y productos)
		E2	Gestión de la comunidad (nuevas tiendas y remodelaciones)
		E3	Impacto en la comunidad local - Voluntariado corporativo y SOS solidario
Medioambiente	F	F1	Agua
		F2	Huella de carbono (emisiones GEI)
		F3	Eficiencia energética
		F4	Productos sostenibles (Casa Eco-consumo responsable)
		F5	Ciclo de vida del producto (embalaje)
		F6	Gestión de residuos (reciclaje, posconsumo)
		F7	Construcciones sostenibles
		F8	Compras verdes
		F9	Transporte y logística

## MATRIZ PRIORIZACIÓN DE ASUNTOS MATERIALES



- A Gobierno Corporativo y Ética empresarial.
- B Colaboradores.
- C Marketing y Comercio Responsable.
- D Desarrollo de proveedores comerciales.
- E Contribución a la comunidad.
- F Medio ambiente.

# Nuestro modelo de gestión



En Sodimac Colombia contamos con un modelo de responsabilidad social soportado por seis pilares que guían las acciones y garantizan la sostenibilidad económica, social y ambiental de nuestra compañía. Dichos pilares, a su vez, desarrollan programas, iniciativas y actividades que responden a propósitos establecidos para cada uno de nuestros grupos de interés.





# Hitos de la sostenibilidad

## ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DOW JONES GRUPO FALABELLA

Para Sodimac Colombia es un orgullo ser parte del crecimiento de nuestros accionistas en materia de gestión sostenible. Nuestra contribución está en mantener los lineamientos y directrices que ellos establecen, las cuales, así mismo, nos permiten consolidarnos como una de las marcas más sostenibles de la región.

En el mes de octubre compartimos la satisfacción del logro alcanzado por el Grupo Falabella, uno de nuestros accionistas, al ingresar al Índice de Sostenibilidad del Dow Jones (DJSI, por sus siglas en inglés), en la división de Mercados Emergentes. Convirtiéndose en la primera firma chilena de *retail* en incorporarse al principal y más respetado índice que monitorea el desempeño económico, social y medioambiental de las compañías que se encuentran comprometidas y asumen el reto de la sostenibilidad a nivel mundial.

Ingresar al DJSI significa ser una compañía líder en prácticas de sostenibilidad de talla mundial, transformándose a su vez como un ejemplo a seguir por otras

organizaciones y como un referente de inversión segura al manifestar que las acciones que se llevan a cabo están alineadas con un comportamiento responsable, transparente y ético a nivel económico, social y medioambiental.

## INDEX DE SOSTENIBILIDAD SODIMAC

Se llevó a cabo un análisis de la gestión sostenible realizada en los países (Argentina, Chile, Colombia y Perú) en los cuales Sodimac tiene presencia, teniendo como propósito identificar el grado de alineación de las diferentes prácticas a nivel económico, social y medioambiental de cada unidad de negocio.

El indicador estratégico tuvo en cuenta los siguientes instrumentos internacionales para su aplicación: (i) Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (ii) Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE (iii) ISO 26000 (iv) Global Reporting Initiative (GRI) (v) Principios Rectores Empresas y Derechos Humanos, de Naciones Unidas (vi) Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI, y (vii) Manual de *Stakeholders* UNEP + AA1000.

Con base en dichos estándares fue posible evaluar los programas, iniciativas y actividades de sostenibilidad con una visión mundial, permitiendo reconocer las buenas prácticas de cada uno de los países, con el fin de generar sinergia en la gestión. Obtuvimos un puntaje general del 73%, lo cual refleja que hemos venido trabajando de manera continua, cerrando brechas

año a año y avanzando en el camino para fortalecer nuestra gestión sostenible. Por ello, durante 2016 continuaremos trabajando en las oportunidades de mejora identificadas en el instrumento.

## DERECHOS HUMANOS

Como compañía nos comprometimos a respetar, cumplir y promover los derechos humanos en cada una de nuestras acciones y decisiones. Nos adherimos a las normas y principios consagrados en la Constitución Política de Colombia, la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relacionada a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, y seguimos las recomendaciones específicas para empresas del Marco de Naciones Unidas y de los Principios Rectores sobre las Empresas y los DDHH.

En relación, establecimos nuestra política de derechos humanos, la cual tiene como objetivo ampliar nuestro compromiso con cada uno de los grupos de interés. Además, comunicamos nuestra declaración de derechos humanos que ratifica el compromiso asumido. Así mismo, realizamos un proceso de debida diligencia, reconocimos los impactos potenciales de nuestra operación en materia de derechos humanos y consideramos acciones que permiten la mitigación, prevención y remediación con cada uno de nuestros actores esenciales.

Adicionalmente, creamos un curso virtual dirigido a nuestro equipo Sodimac para que conozcan la importancia que este asunto tiene a nivel mundial y la forma en que nuestra compañía trabaja por su cumplimiento. Al finalizar el 2015, logramos capacitar a 821 colaboradores.

## PLAN DE SOSTENIBILIDAD

En el año 2012, se llevó a cabo un proceso de diagnóstico de la compañía con base en la norma ISO 26000. A partir de ese análisis y los asuntos materiales identificados para la gestión sostenible, fue posible identificar oportunidades de mejora en cada una de las materias fundamentales: (i) medio ambiente (ii) derechos humanos, (iii) prácticas justas de operación, (iv) gobernanza, (v) asuntos de consumidores, (vi) participación activa y desarrollo de la comunidad, y (vii) prácticas laborales.

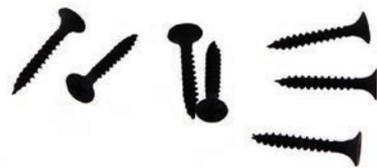
Posterior a la identificación de las brechas, durante los años siguientes llevamos a cabo un proceso con todas las áreas de la compañía, donde desarrollamos y gestionamos un plan de sostenibilidad, en el que se establecieron actividades puntuales para mejorar el desempeño sostenible por cada una de las materias. El seguimiento al progreso del plan se llevó a cabo en cada uno de los comités de sostenibilidad, cinco en el año 2015, alcanzando al 31 de diciembre un cumplimiento total del 98%.

Los planes establecidos y alcanzados permitieron mejorar las acciones de sostenibilidad enfocadas al cumplimiento de estándares internacionales en la materia, permitiéndonos medir con prácticas de responsabilidad social a nivel mundial y, a su vez, nos fortalecen en el crecimiento sostenible. De igual forma, continuamos trabajando para mitigar y prevenir cualquier brecha existente en nuestra gestión, además para que el cumplimiento total del plan alcance el 100%.

## COMPARTIENDO CONOCIMIENTO EN SOSTENIBILIDAD A NUESTROS COLABORADORES Y PROVEEDORES

Lanzamos nuestro curso virtual de responsabilidad social, siendo fundamental para nosotros que todo nuestro equipo Sodimac se familiarice con los conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entiendan su relevancia a nivel mundial y conozcan los seis pilares de sostenibilidad que guían nuestra gestión. Al finalizar 2015, cerca de 400 colaboradores ya habían sido formados en temas de RSE y Sostenibilidad.

Así mismo, comprometidos con la promoción de criterios de sostenibilidad y buenas prácticas empresariales en nuestra cadena, logramos compartir la información con 2.438 proveedores por medio de un *brochure*, con el propósito de que trabajen día a día en pro de su gestión sostenible.



# Gobierno corporativo y ética empresarial



Nuestras operaciones están guiadas por un comportamiento ético y transparente, que encamina cada una de las actividades que llevamos a cabo hacia la implementación de buenas prácticas, con el objetivo de impactar positivamente a los grupos de interés y al negocio.

Es por eso que contamos con un Código de Ética en el cual consignamos los principios y valores que establecimos como compañía para garantizar el desempeño íntegro de nuestro equipo Sodimac y para orientar acciones sostenibles con los grupos de interés, con el fin de consolidar una cadena de suministro ejemplar.

Construimos el gobierno corporativo y la ética empresarial con base en la confianza, el respeto y la credibilidad, una estructura que nos permite ofrecer un valor agregado a las partes interesadas, y al mismo tiempo, optimizar la rentabilidad financiera de la compañía, la generación de equidad social y la protección del medioambiente.

El máximo órgano de gobierno, con el cual cuenta nuestra compañía, es la Junta Directiva integrada por

diez miembros (cinco principales y cinco suplentes), todos independientes a los cargos de la alta gerencia, los cuales son elegidos anualmente por la Asamblea General de Accionistas, y esta, a su vez, tiene tres comités de apoyo –Comité de Directores, Comité de Gobierno Corporativo y Comité de Auditoría y Riesgos– elegidos por la misma junta.

Para elegir los miembros, se deben contemplar los siguientes requisitos, expuestos en el reglamento de la Junta Directiva: trayectoria profesional, formación académica y experiencia a nivel nacional e internacional. Estos factores les permiten tomar decisiones analíticas y gerenciales, con una visión estratégica del negocio. Elementos que a su vez, son evaluados anualmente para generar acciones de mejora en la gestión.

Cada dos meses la Junta se reúne para revisar los diferentes temas de interés y relevancia de la compañía, por lo cual periódicamente solicitan informes a la alta dirección referentes a la gestión de nuestra casa Sodimac en temas económicos, sociales y medioambientales. Ade-



más de los análisis realizados por el Equipo de Gerencia referentes a las acciones estratégicas, como el propósito central, la visión, los valores y los objetivos en el corto y largo plazo.

Por su parte, implementamos mecanismos de comunicación entre nuestros colaboradores y los accionistas, permitiendo que desde cualquier centro de trabajo (tiendas, bodegas y oficina de apoyo) pueden manifestar sus inquietudes, solicitudes y sugerencias a través de la línea ética.



## Comités de la Junta Directiva



### Comité de Directores

Integrado por dos miembros. Su función es la de apoyar la revisión del desempeño de la alta gerencia.



### Comité de Gobierno Corporativo

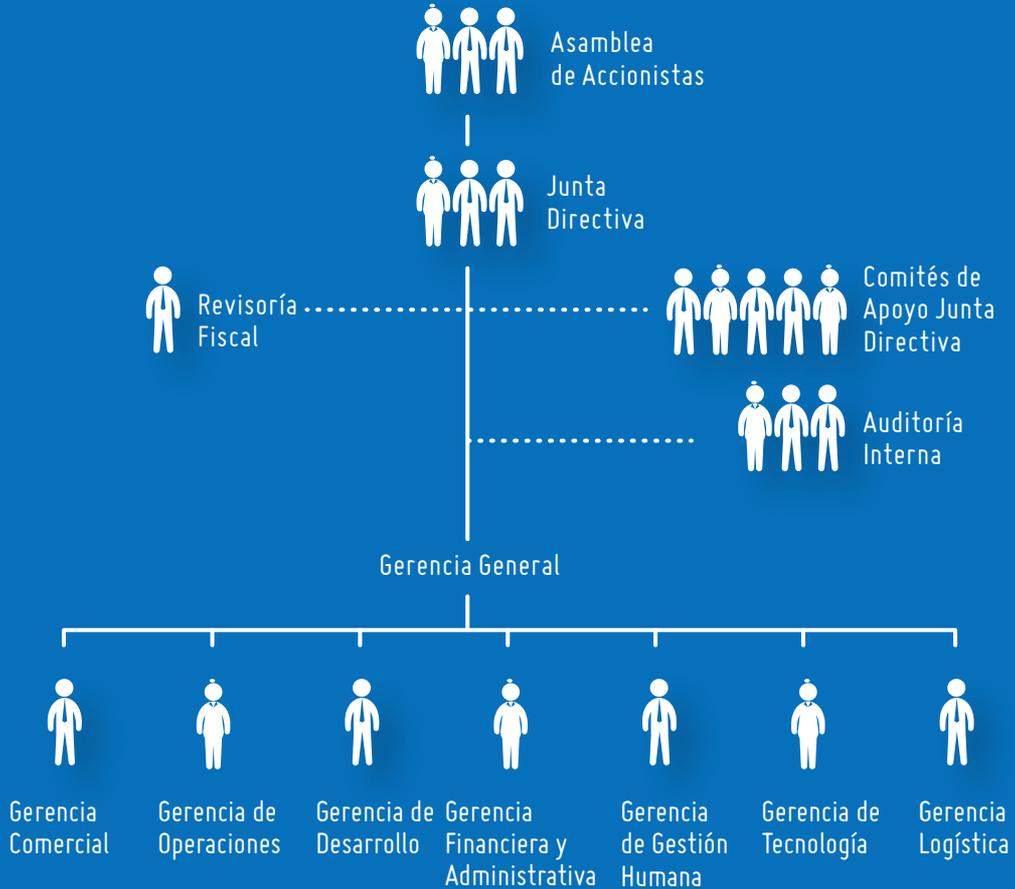
Integrado por dos miembros. Tiene la misión de velar que la información pública de la compañía sea conocida oportunamente por los accionistas y por el público en general.



### Comité de Auditoría y Riesgos

Integrado por cinco miembros. Se encarga de supervisar el cumplimiento de la auditoría interna y de los estados financieros, revisar las solicitudes o sugerencias emitidas por los colaboradores a través de la línea ética, entre otras.

# Organización Sodimac Colombia



# Nuestros principios, instrumentos y herramientas



En nuestro sistema de gobierno corporativo están definidos los principios que guían la actuación de los diversos actores de la compañía, siendo la ética empresarial el eje central de las relaciones con nuestros diferentes grupos de interés.

Materializamos nuestros principios, valores y cultura corporativa a través de herramientas que orientan al equipo Sodimac y a toda la cadena de suministro hacia el cumplimiento de la ética empresarial. Es así como nacen las herramientas éticas.

## Herramientas para la gestión ética



- + Comité de ética.
- + Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta.
- + Comité de Convivencia Laboral Local.
- + Comité de riesgo y cumplimiento.



- + Código de Buen Gobierno Corporativo.
- + Código de Ética.



- + Líneas éticas:
  - + [codigodeetica@homecenter.com.co](mailto:codigodeetica@homecenter.com.co)
  - + [defensoriadelproveedor@homecenter.com.co](mailto:defensoriadelproveedor@homecenter.com.co) y la línea de convivencia laboral.



- + Declaración de conflicto de interés local.
- + Defensor de la competencia.

## NUESTRO COMITÉ DE CONVIVENCIA

Como parte de nuestro compromiso por establecer un lugar de trabajo agradable, confiable y estable, contamos con el Comité de Convivencia, el cual está conformado por representantes de la compañía y colaboradores. Este órgano tiene como principal función mantener un diálogo permanente entre las partes involucradas, buscando mejorar la convivencia en cada centro de trabajo (tiendas, bodegas y oficina de apoyo).

Nuestros colaboradores podrán enviar sus solicitudes o inquietudes relacionadas con el desempeño de funciones, comportamientos laborales, asuntos de acoso laboral, entre otros temas al siguiente correo electrónico: [comitedeconvivencia@homecenter.co](mailto:comitedeconvivencia@homecenter.co)

## NUESTRO COMITÉ DE ÉTICA, CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO Y CÓDIGO DE ÉTICA

En Sodimac Colombia hemos adoptado el comportamiento ético como una disciplina que nos permite desarrollar los procesos en conexión con los valores corporativos y principios generales de la organización. En nuestro Código de Ética, el cual ha sido compartido con toda la cadena de suministro, se encuentran las directrices y lineamientos que respaldan las conductas establecidas por la compañía.

Es fundamental, que todos los proveedores conozcan dicho código, debido a que su cumplimiento va a ser la pauta para ingresar y permanecer como aliado comercial de nuestra casa Sodimac. Los lineamientos ahí expuestos serán criterios de evaluación y seguimiento a nuestros proveedores, con el propósito de tener buenas prácticas empresariales en toda la gestión.

Nuestro Código de Ética, declara el respeto, promoción y protección de los derechos humanos, el cumplimiento por las normas laborales, el cuidado del medio ambiente, la ejecución de acciones transparentes y el rechazo a cualquier actividad corrupta en su gestión.

Además, contamos con un Código de Buen Gobierno, que contiene los lineamientos de prevención, manejo y divulgación de conflictos de interés entre accionistas y directores, administradores o altos funcionarios. Es misión de la Junta prevenir este tipo de situaciones con base en los parámetros de dicho código, y de los Estatutos Sociales, el Código de Ética de la Sociedad y el Reglamento de la Junta Directiva. De la misma forma, realizamos actividades y capacitaciones para divulgar las normas e informar a nuestros colaboradores para minimizar la generación de conflictos.

## Línea Ética



Este canal de atención ofrece a los colaboradores apoyo a consultas sobre casos o asuntos éticos de su diario vivir. Para esto, contamos con dos cuentas de correo electrónico a las que pueden acudir ([comitedeetica@homecenter.co](mailto:comitedeetica@homecenter.co) y [seamosintegros@corona.com.co](mailto:seamosintegros@corona.com.co)).

Para responder a las solicitudes recibidas, a través de la línea ética, existen los siguientes procedimientos:



La Gerencia de Riesgos y Cumplimiento, se encarga de recibir los casos relacionados con conductas antiéticas y enviarlos a auditoría interna.



El Comité de Ética analiza y toma decisiones sobre las quejas, peticiones y reportes de conflicto de intereses. Todas las decisiones tomadas son informadas oportunamente a los involucrados y revisadas minuciosamente antes de proceder con las actividades correctivas o preventivas correspondientes.

## Defensoría del Proveedor



Por medio del correo electrónico [defensoriadelproveedor@homecenter.co](mailto:defensoriadelproveedor@homecenter.co), nuestros proveedores pueden comunicarnos aquellos casos o situaciones que pueden resultar en prácticas indebidas.

## Defensoría de la Leal y Libre Competencia



Independiente y autónomo, este medio recibe información o dudas de nuestros clientes, proveedores, competidores, contratistas o colaboradores sobre actuaciones de la compañía o el equipo Sodimac que consideren que violan los principios sobre la leal y libre competencia. La cuenta de correo es: [defensordelacompetencia@homecenter.co](mailto:defensordelacompetencia@homecenter.co).



# Prevención y medidas de control en nuestros centros de trabajo



Constantemente gestionamos al interior de nuestra organización visitas para establecer controles que permitan asegurar que no se presenten prácticas inapropiadas en almacenes, bodegas y en la oficina de apoyo a tiendas, por lo cual los resultados, conclusiones y recomendaciones son entregados a la alta dirección para su respectiva gestión. Así mismo, el Comité de Auditoría supervisa el proceso y verifica que se evalúen integralmente la totalidad de los procesos de la organización y se analicen sus riesgos.

Durante 2015, realizamos 60 auditorías en 35 centros de trabajo (30 tiendas, cuatro bodegas y una oficina de apoyo), en donde se revisaron los inventarios generales, la seguridad de la información, los procesos de compras centralizadas como garantes de transparencia en licitaciones y los casos éticos reportados, entre otros asuntos.

## Número de auditorías

Año	2014	2015
Tiendas	25	30
Bodegas y Centros de distribución	12	8
Oficina de apoyo (procesos auditados)	23	22
Total	60	60

## Gestionando nuestros riesgos

Desde finales del año 2013 como compañía decidimos crear una Gerencia de Riesgos y Cumplimiento, conscientes de que la operación está expuesta a diferentes situaciones que pueden llegar a afectar nuestra gestión empresarial. Su conformación ha permitido establecer un control integral en relación a la transparencia con proveedores, el cumplimiento regulatorio y el mantenimiento del sistema de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo.

Nuestro Sistema de Gestión de Riesgos, basado en estándares internacionales como la ISO 31000, tiene como propósito identificar los escenarios relevantes a nivel estratégico y operacional. Lo anterior, con el fin de alinear los aspectos fundamentales de la gestión con el cumplimiento de los objetivos corporativos y de ese modo generar crecimiento sostenible a nivel económico, social y medioambiental.

Además, diseñamos un Comité de Riesgos y Cumplimiento, el cual monitorea los planes de acción encaminados a la mitigación de los riesgos externos, los asociados a regulaciones, casos de posible impacto reputacional y seguimiento de los planes de seguridad de la información. Por lo cual, aseguramos la eficiencia y eficacia de las operaciones de nuestra casa Sodimac en materia de seguridad, asociada esta a riesgos potenciales por nuestro negocio.

# Riesgos Sodimac Colombia



## 1 Riesgos legales

Cambios asociados a las modificaciones regulatorias del país.



## 2 Riesgos financieros

Relacionados a la evolución de los mercados financieros, como la devaluación del peso.



## 3 Riesgos operacionales

Derivados de la caída de plataformas tecnológicas necesarias para el funcionamiento de la compañía.



## 4 Riesgos reputacionales

Asociados a la afectación de la salud, la seguridad o la propiedad de terceros por la calidad de los productos comercializados en nuestras tiendas.



## 5 Riesgos de cadena

Hacen referencia al incumplimiento de parámetros de sostenibilidad por parte de proveedores y contratistas.



## 6 Riesgos estratégicos

Relacionados a la pérdida del talento humano y decisiones que afecten la continuidad del negocio.

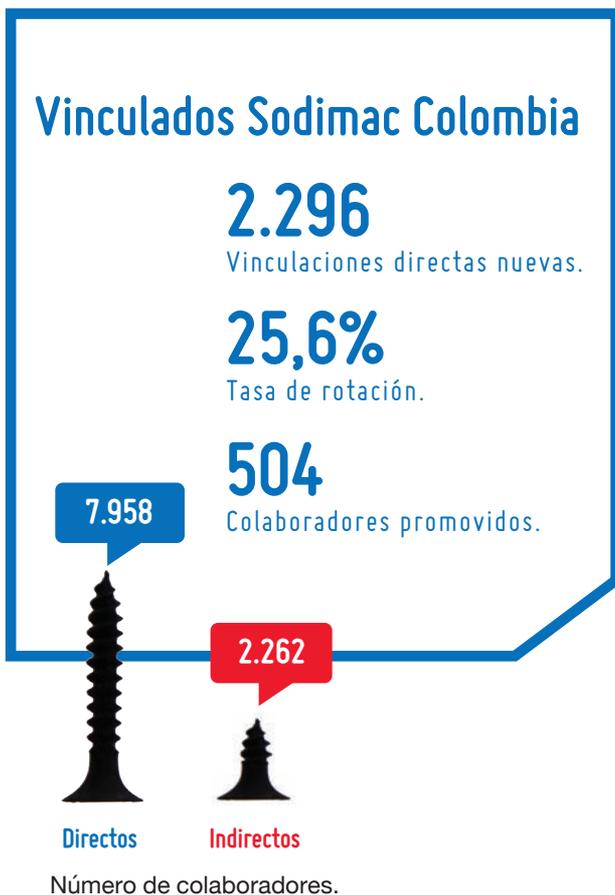


# Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores

Reconocemos la importancia que tienen nuestros colaboradores en el desarrollo de la gestión empresarial, es gracias a ellos que podemos alcanzar los propósitos que año a año nos trazamos para continuar creciendo como una compañía sostenible a nivel económico, social y medioambiental. Por ello, gestionamos programas, iniciativas y actividades que permiten mejorar la calidad de vida del equipo Sodimac y sus familias.

# Comprometidos con nuestro talento humano

Nuestros colaboradores son el motor de la compañía, razón por la cual trabajamos para que el equipo Sodimac sea reconocido como el mejor en el mercado. Para lograrlo, vinculamos personas con talento de categoría mundial y gestionamos programas para que continúen creciendo en los diferentes ámbitos de su vida laboral y personal. Creemos que la formación constante y la exposición en el trabajo, son las mejores herramientas para fortalecer el desempeño y favorecer el desarrollo de nuestros colaboradores.



Durante 2015, nuestra familia Sodimac llegó a 7.958 personas con vinculación directa, cifra que se incrementó un 4% en relación con 2014.

El crecimiento de nuestros colaboradores al interior de la compañía es fundamental para nosotros, por lo que generamos oportunidades de proyección en cargos que ofrecen mayores retos y exigencias a nivel laboral y personal. En 2015, 504 colaboradores fueron promovidos, siendo esto una muestra exitosa de este programa.

## Le apostamos a la diversidad y a la inclusión



Somos pioneros en inclusión laboral en el país gracias a nuestro programa 'Manos Capacitadas'. Desde 2007 trabajamos para promover la vinculación directa de personas en condición de discapacidad física, motora y cognitiva.

Para esto, contamos con el apoyo y acompañamiento de la Fundación Best Buddies Colombia y Fundación Teletón Colombia, quienes han sido unos de los principales aliados en este compromiso, que como resultado ha generado cambios positivos en la vida de los colaboradores y la de sus familias. Al cierre de 2015, contábamos con 121 colaboradores con discapacidad cognitiva en 34 tiendas de 18 ciudades del país.



## Número de personas vinculadas Manos Capacitadas

Condición de discapacidad	2014	2015
Cognitiva	123	121
Física y sensorial	7	11

## CRECIMIENTO DEL PROGRAMA MANOS CAPACITADAS

El crecimiento profesional y personal de las personas vinculadas al programa de 'Manos Capacitadas' es una de nuestras prioridades. Por eso hemos iniciado un proceso de promoción para que los colaboradores que hacen parte de este programa puedan llevar a cabo un plan de carrera en Sodimac.

Los colaboradores seleccionados para el plan piloto, el cual contó con la participación y el apoyo de diferentes áreas de la organización, se destacaron por su buen desempeño en las tareas que llevaban a cabo y por la realización de diferentes pruebas que permitieron evidenciar su potencial para asumir nuevos retos.

Hoy podemos decir con orgullo y satisfacción que son dos los colaboradores que han sido promovidos al cargo de Vendedor con Énfasis en Operación y que

continuamos trabajando para que cada día se sumen a esta iniciativa muchos más.

## FORTALECIMIENTO DE NUESTRO PROGRAMA DE INCLUSIÓN LABORAL

En 2013 decidimos expandir el programa 'Manos Capacitadas' y llevarlo a diferentes grupos de población vulnerable. Desde entonces, incluimos a personas que viven en condición de vulnerabilidad socioeconómica y, que por su contexto, no habían podido ingresar al mercado laboral.

Durante 2015, vinculamos a 60 personas (tres hacen referencia a cupos nuevos asociados al programa Manos Capacitadas y uno contratado con discapacidad física), de las cuales 56 se encontraban en condición de vulnerabilidad socioeconómica, aumentando en un 55% el número de colaboradores contratados de forma directa en relación con 2014.

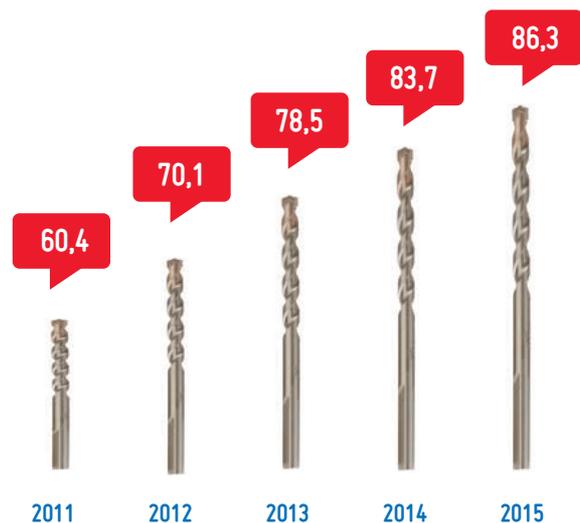
Adicionalmente, participamos en el programa que desarrolla la ANDI Seccional Atlántico – Magdalena, con el apoyo de USAID, KUSUTO Y ACIDI VOCA, el cual brinda oportunidades de inclusión social, económica y política a población afrocolombiana. Como compañía, avanzamos a través de la identificación de más de 200 colaboradores en las diferentes tiendas del país pertenecientes a esta población y brindamos espacios para que quienes ingresaran en 2015 pudieran asistir a las capacitaciones y talleres de *coaching* que ofrece el programa.



# Mejorando nuestro ambiente de trabajo

Queremos que nuestra casa sea la mejor para trabajar, por eso nos esforzamos por construir un ambiente de trabajo en el que nuestros colaboradores puedan aportar lo mejor de su talento. La encuesta anual de clima laboral, nos permite conocer la percepción del ambiente laboral y crear planes de acción que nos permitan gestionar variables como confianza, camaradería y orgullo asociadas al clima. En 2015, logramos una puntuación de 86,3 que nos ubica en un nivel sobresaliente, demostrando que las iniciativas que desarrollamos están alineadas con las necesidades y percepciones de nuestros colaboradores.

## Índice de Ambiente Laboral (IAL)

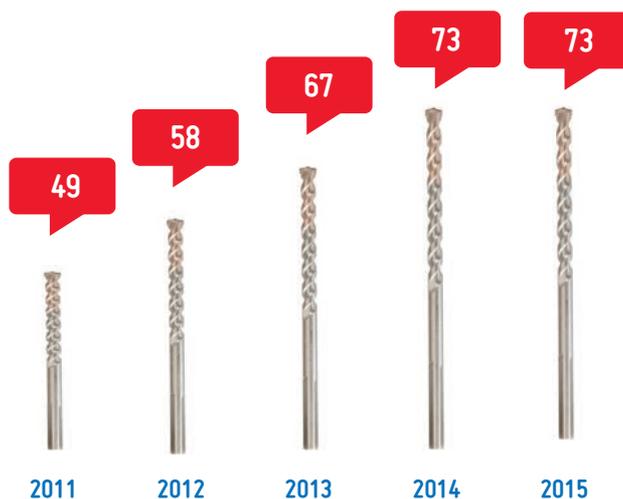


Datos Great Place to Work Institute.

## Promoviendo el Liderazgo

Continuamos fortaleciendo el liderazgo de nuestro equipo como base fundamental de su desarrollo a través de herramientas y acciones que ayudan a gestionar de manera efectiva sus compromisos, comportamientos y atributos, y, de esa forma, adquieran las competencias del Jefe Líder Sodimac.

### Índice de Liderazgo



Datos Great Place to Work Institute.

Dentro de las actividades que llevamos a cabo durante 2015, destacamos las 12.000 horas de formación invertidas para capacitar a 1.600 líderes en temas relacionados a mejorar sus competencias. Lo anterior, con el objetivo de consolidar equipos de trabajo motivados, inspirados e involucrados en el logro de nuestras promesas.

Como parte de nuestro sistema de reconocimientos, llevamos a cabo la tercera ceremonia de 'Premios Líder Sodimac', un evento que busca reconocer a nuestros colaboradores y equipos en las categorías de alto impacto en el negocio. Es durante este evento que destacamos el buen desempeño del equipo y centros de trabajo, en categorías como ventas, servicio, clima organizacional, entre otras.

## Formando y capacitando

En Sodimac Colombia nos interesa el desarrollo de nuestros colaboradores, razón por lo cual generamos espacios constantes de formación y capacitación. La Escuela de Excelencia Sodimac concentra acciones estratégicas y tácticas que buscan el crecimiento de nuestra gente para que mejoren su desempeño y alcancen sus metas.

Hoy decimos con orgullo que contamos con un equipo de personas profesionales, expertas y mejor preparadas para asumir nuevos retos. Este es el número de colaboradores que en 2015 lograron un crecimiento profesional significativo al graduarse de las siguientes disciplinas:

- 13 profesionales en administración de empresas de la Universidad EAN.
- 128 técnicos en construcción de obras de la Fundación Universitaria Horizonte.
- 53 técnicos en operaciones comerciales y de mercado en alianza con el Politécnico Gran Colombiano.

Nuestra inversión se resume en 889.674 horas de capacitación presencial y virtual, y 2.700 millones de pesos, un valor 7% por encima del destinado para el mismo fin en 2014.

## Resultados generales de formación



# 889.674

Total horas de formación.



# 8.036+

Total colaboradores formados.

+ Aunque el total de colaboradores directos al finalizar el año fue de **7.958**, en 2015 se capacitaron a **8.036**, la diferencia hace referencia a personas que ya no se encuentran laborando en la compañía.



# Escuela de Excelencia Sodimac

Estrategia

Grandes promesas

Necesidades identificadas por las áreas

Clima

Plan de desarrollo

Proyectos

Nuevas plataformas

## Apalancan la estrategia



## Acciones Tácticas

Proyectos

Plan máster de formación

ÍCARO: Aprendizaje virtual  
Coaching gerencial  
Red de apoyo: Tutores y Formadores

Talento de categoría mundial

Apoyo en el cumplimiento de los objetivos estratégicos y grandes promesas

Colaboradores formados y con excelente desempeño

Desarrollo de competencias técnicas y blandas

Mejor experiencia de compra

## Formando en el cuidado de nuestra gente

2.865

Número de colaboradores formados



Alturas

399



Montacargas

300



Brigadistas

Tipo de certificación.



## Nueva Escuela de Logística

En 2015, celebramos el lanzamiento de nuestra Escuela de Logística, un espacio creado para los colaboradores del Centro de Distribución y sus bodegas alternas. Una vez más, con el objetivo de profesionalizar la labor logística, impactando el desarrollo de las personas y su crecimiento profesional.

La Escuela de formación se divide en dos niveles, el básico que está compuesto por 44 cursos enfocados a asegurar las competencias técnicas de cada cargo. Estas competencias le permiten a los a los colaboradores conocer los fundamentos de la operación logística y la distribución de nuestra compañía.

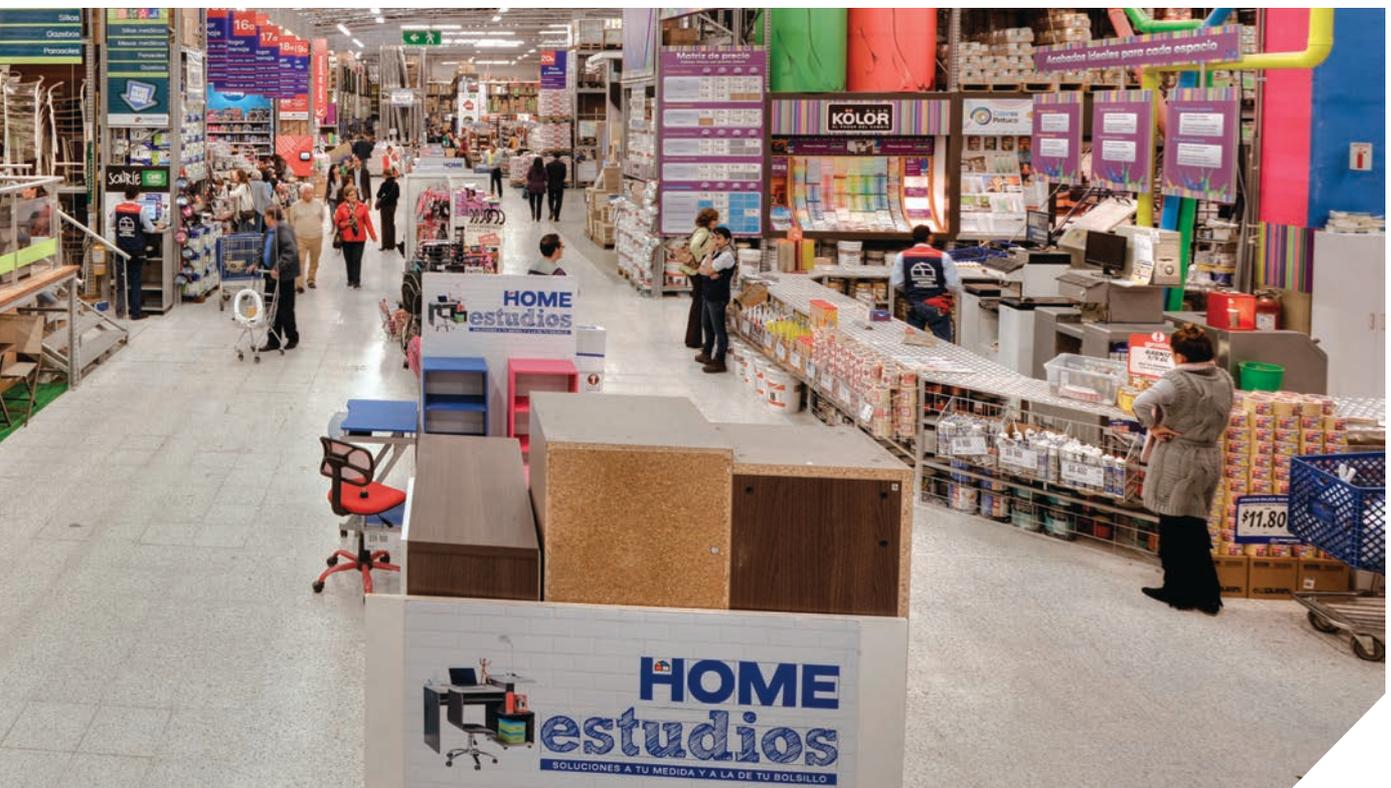
El nivel intermedio va dirigido a 64 colaboradores beneficiados con una beca del 100% otorgada por la compañía. Esta consiste en la realización del *Diplomado en fundamentos de logística*, el cual es certificado por la

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano. Al finalizar el diplomado, los colaboradores que quieran continuar con su ciclo profesional, podrán realizar el programa Tecnología en logística en un tiempo menor gracias a la homologación de 41 créditos por el cumplimiento del segundo nivel.

## Nueva Escuela de Servicio

Servir es una de nuestras pasiones, por eso durante 2015 hicimos realidad la Escuela de Servicio, la cual entrega herramientas al equipo Sodimac para continuar mejorando la experiencia de compra de quienes visitan nuestras tiendas Homecenter y Constructor en el país.

A través de esta Escuela, impartimos 14.000 horas de formación a nuestros colaboradores y continuaremos en 2016 fortaleciendo este espacio con el propósito de ser referentes del sector por ofrecer experiencias memorables al anticipar y resolver las necesidades de los clientes.



# Evaluando nuestro desempeño y desarrollo

Nuestro modelo de gestión organizacional, mejor conocido como Gestión por Compromisos, es el mecanismo que nos permite estrechar lazos de confianza, buscar significados colectivos e identificar los intereses y compromisos que queremos adquirir para lograr nuestros objetivos.

Gracias a la evaluación anual del Plan de Desempeño y Desarrollo (PDD) podemos hacer un seguimiento sobre la labor de nuestros colaboradores y orientarlos al cumplimiento de los valores y competencias organizacionales. En 2015, 7.401 de nuestros colaboradores realizaron la evaluación de desempeño y desarrollo.

## Plan de desempeño y desarrollo

Cada PDD está basado en el modelo 70%, 20%, 10%

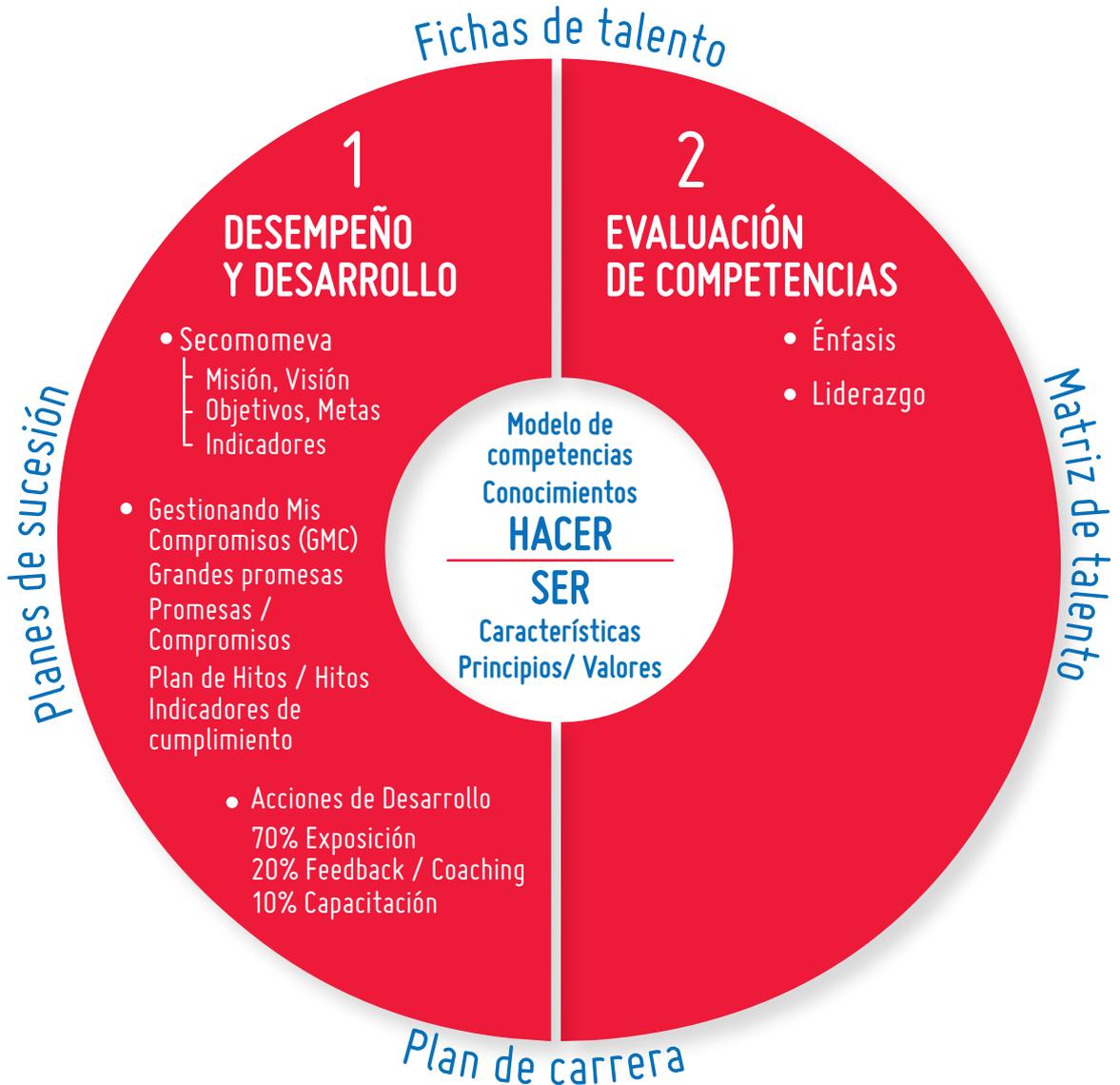
**70%**  
Acciones de exposición o aprender haciendo.

**20%**  
Acciones de retroalimentación.

**10%**  
Acciones de formación.



# Gestión de Compromisos y Desarrollo



## PLANEACIÓN DEL TALENTO



## Calidad de vida laboral

Uno de los motores de la compañía es nuestro equipo Sodimac, por ello gestionamos un plan especial de calidad de vida dirigido a que exista un equilibrio entre la vida personal, familiar y laboral de nuestros colaboradores. Llevamos a cabo iniciativas, programas y actividades que buscan el desarrollo integral de cada núcleo familiar.

Para alcanzar el reto de cumplir los sueños y proyectos de cada uno de los segmentos a los cuales pertenecen nuestros colaboradores -casados, solteros, jóvenes, adultos, padres y madres-, enfocamos nuestra gestión en:

- **VIVIENDA:** generamos espacios en los cuales nuestros colaboradores pueden conocer las diferentes opciones de vivienda que existen –por medio de bancos, cajas de compensación, constructoras, fondos de pensiones, entre otras–, en especial buscando mayor acceso a subsidios estatales y facilidades de créditos para apoyar el sueño de vivienda propia y digna.
- **EDUCACIÓN:** establecimos convenios con diferentes universidades con el objetivo de que nuestros colaboradores y su núcleo familiar primario obtengan descuentos en los costos de matrícula, tanto para pregrado, como posgrado.
- **ESTAR BIEN:** promovemos las actividades de esparcimiento, celebración y recreación que fomentan la integración de nuestros colaboradores.
- **FAMILIA – CENTRO DE PREVENCIÓN:** buscamos la participación e integración de las familias como parte de nuestra compañía, generando actividades y talleres enfocados al desarrollo de la familia y que promueven la consecución de logros como núcleo.
- **SALUD Y SEGURIDAD:** apoyamos los programas y estrategias desarrolladas por el área de salud y seguridad, con el propósito de promover el cuidado y la salud de nuestros colaboradores.
- **NUEVA ETAPA:** es un proyecto en desarrollo que tiene por objetivo acompañar a los colaboradores que están próximos a su retiro por pensión.

## ÍNDICE DE CALIDAD DE VIDA

Durante 2015, medimos nuestra gestión para mejorar la calidad de vida del equipo Sodimac, sus familias y la comunidad, de la siguiente manera:

Categorías	Variables
Sodimac Educando	Auxilios en educación y acceso a convenios para colaboradores.
Desarrollando comunidad	Plan de sostenibilidad, inclusión laboral.
Programa Red en Acción	Mejorar viviendas de colaboradores que se encuentran en obra negro o gris.

Los resultados obtenidos fueron sobresalientes, obteniendo un cumplimiento total del índice del 108.6%.

# Transformando la vida de nuestros colaboradores: “Red en Acción”



A finales de 2013, se inició uno de los programas que generó mayor impacto y articulación con los diferentes grupos de interés de la compañía. A través de la encuesta de calidad de vida, se identificó que 200 colaboradores tenían su vivienda propia en obra negra o gris, por lo cual el propósito de la compañía fue intervenir 100 casos en el año 2014 y los otros restantes durante 2015.

Así nació Red en Acción, una iniciativa que se enfocó en cumplir el sueño de mejorar la calidad de vida de 200 colaboradores y sus familias, mediante una intervención integral, en donde se generó donación de productos, instalación, diseño arquitectónico y voluntariado, todo esto gracias al apoyo y participación de proveedores, cajas de compensación, fondo de empleados, y por su puesto de la familia Sodimac.

Invitamos a nuestros aliados a que se unieran a este programa, recibiendo por parte de ellos productos que se utilizaron en el mejoramiento de las viviendas, dinero que contribuyó a la compra de materiales y

descuentos que permitieron cubrir con los productos necesarios para la remodelación, siempre bajo lineamientos de articulación de los actores. Por su parte, en una dinámica de corresponsabilidad el colaborador beneficiado respondía por los costos asociados a la mano de obra.

Con la contribución de nuestros actores, entregamos los materiales requeridos para cada colaborador, de acuerdo con visitas previas que permitían conocer el estado de la vivienda. La intervención finalizaba con un voluntariado, espacio que fomentó la integración del equipo Sodimac y el espíritu de servicio, principios esenciales de la gestión.

En 2014, cumplimos con el reto de mejorar 101 viviendas, mientras que en el año 2015 superamos la meta al beneficiar a 113 colaboradores y sus familias, resultados que nos llenan de orgullo y que demuestran que no solo pensamos en mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, sino que nos preocupamos por el desarrollo de nuestra gente a nivel personal y profesional.



# Proveedores donantes y aliados Red en Acción

## Donantes



- Bonanza
- Industrias Argos
- Option S.A.
- Landers
- Maluma S.A.S.

## Aliados



- Comercializadora Mejía
- San Pío

## Beneficios sociales



'Sodimac Conmigo' es el portafolio de beneficios dirigido a nuestros colaboradores y sus familias para que puedan acceder a mejores condiciones de bienestar. La inversión en 2015 de este plan superó los 27 mil millones de pesos, alcanzando un incremento del 8,1% en comparación con 2014 (ver diagrama página siguiente).

### VIVE + VIVE MEJOR

Buscando mejorar el equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros colaboradores, implementamos nuestro servicio Vive + Vive Mejor, el cual ofrece planes específicos para nuestros colaboradores y su grupo familiar. Para contar con la asesoría de expertos, como compañía decidimos contratar a la mejor firma en Colombia "Albenture" para atender solicitudes dentro de los más altos estándares profesionales y éticos. Albenture está disponible las 24 horas del día y cuenta con diferen-



tes canales de comunicación directa con los clientes, lo cual hace que la relación sea más cercana y los servicios se atiendan oportunamente.

El acceso a este beneficio está disponible desde agosto del año 2014, período en el cual accedieron 879 colaboradores, mientras que en 2015 su impacto aumentó al ser usado por 3.744 personas de nuestro equipo Sodimac.

### Servicios Vive + Vive Mejor



#### Servicios sin costo:

- + Asesoría en temas legales.
- + Atención psicológica telefónica.
- + Asesoría sobre personas con discapacidad y dependencia.
- + Asesoría en temas de salud.
- + Asesoría en actividades de entretenimiento.
- + Asesoría en temas de familia.
- + Atención integral en "situaciones vitales".



#### Servicios adicionales con precios reducidos:

- + Acceso a servicio de lavandería con recogida y entrega en la empresa.
- + Servicios de conserjería en general (pequeños recados, compras, etc).
- + Servicios de gestoría.
- + Acceso a red de abogados.
- + Acceso a psicólogos, pedagogos y otros profesionales seleccionados y acreditados.

A large blue gear-shaped icon containing a white plus sign.

### Beneficios de bienestar y salud:

- + Seguro de vida.
- + Permiso remunerado por calamidad doméstica.
- + Auxilio de medicina prepagada.
- + Auxilio por incapacidad médica por enfermedad general.
- + Auxilio para lentes.
- + Auxilio de defunción del colaborador.
- + Auxilio funerario familiar.

A large red gear-shaped icon containing a white line graph with an upward-pointing arrow.

### Beneficios encaminados a la inversión:

- + Préstamo para vivienda.
- + Préstamo para carro.
- + Préstamo para moto.

A large blue gear-shaped icon containing a white dollar sign.

### Beneficios encaminados a mejorar el consumo:

- + Prima extralegal de vacaciones.
- + Auxilio de matrimonio.
- + Prima extralegal de navidad.
- + Auxilio de nacimiento.
- + Auxilio escolar para hijos de colaboradores.
- + Préstamo para educación superior para hijos de colaboradores.
- + Préstamo para consumo en almacenes Homecenter y Constructor.

A large yellow gear-shaped icon containing a white piggy bank with a dollar sign.

### Beneficios de ahorro:

- + Financiación de seguros de vivienda, carro y moto.
- + Préstamo de emergencia.
- + Descuento por compras del colaborador.

A large red gear-shaped icon containing a white silhouette of a person.

### Beneficios encaminados a mejorar la calidad de vida del colaborador:

- + Préstamo condonable para educación superior del colaborador.
- + Auxilio escolar para colaboradores con discapacidad cognitiva.
- + Refrigerio.
- + Jornada libre por cumpleaños.
- + Getabstrac.

## PORTAL FAMILIAS



### Portal familias



Temas de salud.



Los auxilios y beneficios que la compañía otorga a sus colaboradores.



Temas recreativos.



Información sobre las familias consignada en una divertida ficha familiar, que nos permite conocer las actividades que desarrolla la familia en su tiempo libre, desplazamiento por la ciudad, niveles educativos de sus integrantes y mucha más información que nos permitirá diseñar programas que se ajusten a las necesidades, deseos y expectativas reales de nuestros colaboradores.



Temas de selección, manejo y preparación de alimentos en la sección Cocina Familiar.



Artículos de interés.

Desde agosto de 2014, Sodimac Colombia creó un portal web ([www.familiasodimac.com](http://www.familiasodimac.com)) dirigido a nuestros colaboradores y sus familias, con el propósito que puedan acceder a información relacionada con el mejoramiento de la calidad de vida, y aspectos relevantes de nuestra familia Sodimac. Durante 2015, accedieron a la plataforma 4.518 colaboradores y 535 familiares.

## Nuestras relaciones laborales

### DIÁLOGO SOCIAL: ESPACIOS COLECTIVOS

Generamos espacios de comunicación constante entre nuestros colaboradores, razón por la cual establecimos dos comités que contribuyen a brindar un ambiente sano y seguro:

- El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST): está conformado por ocho representantes de la compañía y ocho representantes de los colaboradores. Durante el año 2015 realizaron 12 reuniones en la oficina de apoyo a tiendas, en las cuales pudieron abordar los temas relacionados a las normas de salud ocupacional, medicina en el trabajo, higiene, seguridad industrial y prevención de riesgos profesionales.

El nuevo equipo de trabajo fue presentado al finalizar el 2015, y su operación tendrá una vigencia de dos años. La elección fue un proceso democrático que contó con 4.665 votos y se llevó a cabo mediante una plataforma tecnológica administrada por la ARL SURA, lo que permitió el voto en línea y aseguró un resultado rápido y transparente.

- El Comité Local de Seguridad y Salud en el Trabajo (COLOSST) opera a nivel local en cada una de nuestras tiendas Homecenter y Constructor y realiza 12 reuniones al año por cada centro de trabajo con el cual cuenta la compañía.
- Comité de Convivencia: es un espacio de confianza entre representantes de la compañía y colaboradores, en donde se trabajan todos los mecanismos de prevención y/o corrección ante eventuales conductas constitutivas de acoso laboral.

## Cómo se construyen las relaciones laborales Sodimac



## Respetamos la libre asociación: Sintrasodimac

Generamos espacios de negociación colectiva y comunicación constructiva, gracias al diálogo directo y franco que establecimos con nuestros colaboradores sindicalizados a través de “Sintrasodimac”.

Durante 2015, como compañía adelantamos los procesos de negociación en un ambiente de respeto, brindando las garantías a la Organización Sindical. Sin embargo, no concluimos en mesa directa, por lo cual la decisión se encuentra en el Tribunal de Arbitramento. Al finalizar el 2015, el sindicato de la compañía tenía con 259 miembros, lo cual representa que el 3,2% de los colaboradores están cubiertos convención colectiva.

## Nos comprometemos a cuidarnos: Sistema de Seguridad y Salud

Trabajamos por brindarle a nuestros colaboradores ambientes sanos y seguros para el óptimo desempeño de sus actividades diarias y, al mismo tiempo, por prevenir y mitigar los riesgos propios de nuestra operación en los espacios de trabajo. Es por eso que hemos trazado un cronograma de implementación del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo a través del cual garantizamos el cumplimiento de las normas legales vigentes y los lineamientos de la compañía.

Esta política ha resultado en la mejora de las condiciones de trabajo, como bien lo evidencia el índice de lesiones que generan incapacidad laboral (ILI), que en 2015 fue de 0,30, mejorando un 25% comparado con 2014.

## GESTIÓN DE PELIGROS Y RIESGOS

Hemos implementado estrategias que incentivan el cuidado y la protección de nuestro equipo Sodimac. Durante 2015, posicionamos los Mandamientos Seguros que van enfocados a buscar una cultura de prevención en nuestros centros de trabajo y entender las normas ante los posibles peligros significativos a los cuales están expuestos los colaboradores.

## TASAS DE SINIESTRALIDAD, ACCIDENTALIDAD Y AUSENTISMO

Es una prioridad para Sodimac Colombia brindarle a los colaboradores un ambiente laboral sano y seguro. En 2015, no se presentó ningún caso de accidentes mortales de trabajo y se evidenció una sostenida tendencia de reducción de accidentalidad a nivel cadena, en vía de lograr la meta de cero accidentes.

Como parte de la estrategia para disminuir el ausentismo, trabajamos conjuntamente con las áreas involucradas, y elaboramos un análisis mensual detallado de la información, el cual es enviado a los centros de trabajo correspondientes para su seguimiento. El trabajo en equipo entre el área de Relaciones Laborales y la de Compensación ha facilitado el manejo y consolidación de esta información.



## Mandamientos seguros



### 1 Alturas

Realizar trabajo en las alturas siempre con seguridad.



### 2 Transporte y movimiento de mercancía

Usarás equipos de transporte y movimiento de mercancías sin riesgos generar.



### 3 Osteomuscular

Cuidar tu cuerpo al trabajar, bienestar y salud debes garantizar.



### 4 Almacenamiento

Poner todo a tiempo y en su lugar es almacenar con seguridad.



### 5 Emergencias

Siempre prevenir y estar alerta, emergencias pueden pasar.



### 6 Químicos

Cuando químicos debas manipular, alerta debes estar.



### 7 Contratistas

Contratistas y terceros con seguridad deberán actuar, centros de trabajo seguros debemos brindar.



### 8 Convivencia

La armonía de tu espacio laboral depende ti y los demás.

## Índice de ausentismo de origen común y laboral

2014	2015
616	561

# Contribuyendo a nuestra comunidad

Comprometidos con la construcción de una mejor sociedad, hemos dispuesto diferentes iniciativas y programas dirigidos al crecimiento de las comunidades cercanas a nuestra operación y a la sustentabilidad de la compañía, respondiendo a la estrategia de responsabilidad social empresarial.

Poder lograrlo representa retos, pero es gracias a la participación activa de nuestro equipo Sodimac y de alianzas estratégicas que hemos mejorado la calidad de vida de poblaciones en situación de vulnerabilidad socioeconómica, permitiéndonos de ese modo aportar al bienestar social y a la generación de valor a largo plazo.

## Nuestros programas sociales

- + Voluntariado corporativo
- + Donación de vueltas de clientes a la ONG TECHO
- + Participación en Teletón
- + SOS Solidario
- + Donación de productos y dinero



## ‘Soy Voluntario Sodimac’

El Programa de Voluntariado Corporativo, genera un espacio en el cual los colaboradores pueden participar en actividades donde desarrollan su sentido social beneficiando a las comunidades menos favorecidas del país. Su solidaridad contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones, y su vez genera vínculos sólidos entre nuestro equipo Sodimac y las zonas de influencia de la operación.

Durante 2015, logramos movilizar a 740 voluntarios Sodimac, en la ejecución de 36 jornadas y donamos 5.576 horas laborales para las actividades, resultados que demuestran nuestra responsabilidad con la sociedad y nuestro compromiso por servir.



## Tipos de Voluntariado Sodimac

-  Reparaciones locativas en Instituciones Educativas Distritales.
-  Construcción de soluciones temporales de vivienda para familias en extrema pobreza (TECHO).
-  Jornadas ambientales.
-  Otras actividades de contribución a la sociedad.

## Soy Voluntariado Sodimac

Número de intervenciones

Horas donadas

Número de beneficiados



## Donación de vueltas de nuestros clientes

Uno de los mecanismos por los cuales vinculamos a nuestros clientes a la gestión sostenible de la compañía, es por medio de la donación voluntaria de vueltas. Desde el inicio de este programa hemos destinado la donación a diferentes iniciativas que están comprometidos con beneficiar a poblaciones vulnerables.

Gracias al aporte que nuestros clientes hicieron, hasta junio del año 2012, beneficiamos a 12 estudiantes de Bogotá y Cali en sus estudios profesionales, por medio de la alianza que generamos con la Pontificia Universidad Javeriana, a través del programa Cliente Educa. A su vez, el dinero recaudado, entre julio de 2012 y julio de 2013, fue destinado a la Teletón, los cuales se utilizaron en beneficio de dos programas: (i) fortalecimiento de la educación inclusiva y (ii) rehabilitación en las ciudades de Bogotá, Barranquilla y Manizales.

A partir de agosto de 2013, dirigimos los recursos recaudados a la misión de la ONG TECHO, quienes enfocan su gestión en la superación de la pobreza extrema de nuestro país, por medio de la construcción de viviendas de emergencia y programas que fomentan el desarrollo comunitario.



Las poblaciones beneficiadas ejecutan los programas a partir del apoyo y acompañamiento de los voluntarios y el equipo de TECHO, quienes en conjunto con líderes comunitarios priorizan las necesidades de la población para generar soluciones efectivas a las problemáticas que viven.

Dentro de las acciones que se llevan a cabo esta la educación de los niños menos favorecidos, el desarrollo económico por medio de la capacitación de las personas de la comunidad y la inclusión laboral, el fortalecimiento nutricional y alimenticio por medio de huertas urbanas, proyectos de infraestructura como parques, pozos de agua, iluminación pública, entre otras.

### Resultados del programa de donación de vueltas

**123** Número de viviendas de emergencia construidas.

**1.474** Niños que participaron en el programa 'Educación para la Paz'.

**412** Personas capacitadas en oficios.

**24** Líderes comunitarios formados.

**12** Número de personas vinculadas al programa de 'Desarrollo Empresarial'.

**2** Sedes comunitarias construidas.

#### Proyectos comunitarios:

**41** Finalizados.

**46** En ejecución.



Gracias al apoyo de nuestros grupos de interés, logramos un recaudo superior a los 1.200 millones de pesos, dinero que contribuyó a mejorar la calidad de vida de más personas en condición de discapacidad.

## Homecenter: la casa de la Teletón

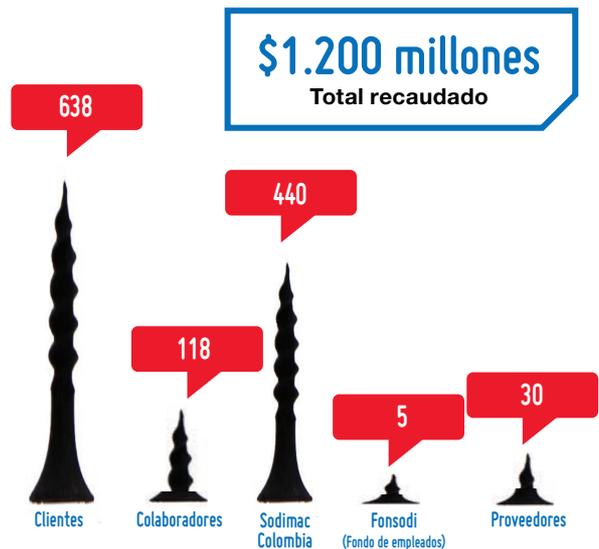
Creemos que las personas en condición de discapacidad merecen estar en una sociedad con igualdad de oportunidades. Por eso, desde 2007 hemos trabajado para fortalecer la alianza con Fundación Teletón como parte de nuestro programa de inclusión.

Durante 2015, nuevamente participamos como patrocinadores poniendo a disposición de nuestros grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores y fondo de empleados) diferentes canales para apoyar y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de personas que tienen discapacidad física y motora.

Hacemos la diferencia al llevar a cabo actividades como bazares, rifas, bingos, subastas, entre otras, que evidencian el compromiso y sentido de solidaridad de los colaboradores. La motivación e integración del equipo Sodimac permitieron un recaudo significativo en pro de la Teletón.

### Recaudo por cada grupo de interés

Cifras en millones de pesos (\$)



## SOS Solidario

Esta iniciativa está dirigida a expresar nuestra solidaridad con grupos de personas que se encuentran en situación de emergencia por eventos puntuales, como catástrofes naturales, a nivel nacional e internacional.

Durante 2015, apoyamos en alianza con la Organización Corona, Banco Falabella y el Banco de Alimentos, a los damnificados de la problemática fronteriza colombo-venezolana, entregando 400 kits de cocina.

Contamos con el apoyo de los colaboradores, quienes también aportaron dinero para la compra de los productos donados y asistieron a una jornada de voluntariado en la ciudad Cúcuta para alistar los kits.

## Donaciones en dinero y en especie

Entregamos a organizaciones sin ánimo de lucro donaciones en dinero, activos fijos o productos, con el fin de contribuir al bienestar y fortalecimiento social de las comunidades cercanas a nuestros centros de trabajo.

Las donaciones buscan apoyar proyectos enfocados al fortalecimiento de la educación, la inclusión, el desarrollo comunitario y el emprendimiento.

### Emergencia frontera colombo - venezolana

**400** kits de cocina (chocolatera, molinillo, vasos, cubiertos, platos, entre otros).  
Productos donados.

**COP\$34.846.866**  
Donación empresarial (Corona, Banco Falabella y Sodimac Colombia).

### Donación total colaboradores (COP)



### Resultados donaciones en producto

 **233**  
Fundaciones beneficiadas.

 **216.843**  
Número de beneficiados.

 **Más de COP\$1.700 millones**  
Valor donado.

### Resultados donación en dinero

 **233**  
Fundaciones beneficiadas.

 **COP\$168 millones**  
Valor donado.



## Generamos soluciones sostenibles para nuestras comunidades

Nos comprometemos con el desarrollo de programas que permitan mejorar la calidad de vida de comunidades en estado de vulnerabilidad a nivel nacional. Por esa razón, nos propusimos contribuir al desarrollo de poblaciones de la Guajira.

Con el apoyo de la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE) y el Proyecto Iluminando, llevamos a cabo una iniciativa que llevó luz a comunidades que no contaban con el servicio de energía eléctrica. Hoy, varias familias cuentan con una alternativa de iluminación sostenible, eficiente, económica y segura, gracias a las 190 lámparas donadas.

Como compañía, continuaremos generando actividades que respondan a nuestros principios de desarrollo sostenible, para que sean cada día más las poblaciones beneficiadas con nuestros programas.





# Marketing y comercio responsable: nuestros clientes

Trabajamos continuamente para ofrecerles a nuestros clientes los más altos estándares de calidad en los productos y altos niveles de excelencia en los servicios que ofrecemos. Como compañía, establecimos que son ellos la principal razón de ser, por eso buscamos satisfacer sus necesidades, implementando estrategias que permitan que la experiencia de compra cada día sea mejor en nuestros centros de trabajo.

Nos diferenciamos y destacamos en el mercado porque gestionamos estrategias de comercialización y

*marketing* responsable, teniendo como principio el cuidado del entorno a nivel medioambiental y social, factores que a su vez son premiados por nuestros clientes que son conscientes de la gestión sostenible que llevamos a cabo.

Fortalecemos constantemente la comunicación con nuestros clientes, pues al conocer sus expectativas de forma directa tenemos la oportunidad de mejorar los servicios que ofrecemos, acercándonos aún más al cumplimiento de los objetivos corporativos.

## Ética publicitaria

Nuestras operaciones están guiadas por parámetros éticos y transparentes, por eso velamos porque la publicidad esté enmarcada bajo dichos principios y la normativa legal. Respetamos a los clientes y velamos porque los productos que comercializamos cumplan con las características definidas en cada uno de ellos.

Conscientes que en un mercado en el cual opera la libre competencia se favorece el funcionamiento eficiente de la economía nacional, a los consumidores, proveedores y compañías, desde el 2014, promovemos nuestra Política de Leal y Libre Competencia.

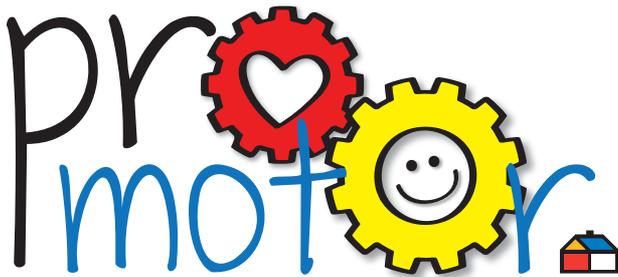
En concordancia, contamos con una figura independiente a la compañía que se encarga de revisar los siguientes puntos: la participación en acuerdos anticompetitivos, el abuso de posición dominante, los actos anticompetitivos y las conductas de competencia desleal.

## Satisfacción y relación con nuestros clientes

Es nuestro objetivo convertirnos en el referente del sector *retail* en cuanto a satisfacción de clientes se refiere, por ello hemos desarrollado estrategias que permiten mejorar la experiencia que ellos viven en nuestras tiendas.

Para alcanzar nuestra meta trabajamos constantemente con nuestro equipo Sodimac, pues son los colaboradores quienes permiten ofrecerle al cliente un mejor servicio. Motivarlos a ser cada día mejores es parte del proceso, razón por la cual reconocemos mensualmente a aquellos que se destacan por su actitud de servicio, responsabilidad, conocimiento y trabajo en equipo.





## PROGRAMA PROMOTOR

Comunicarnos con nuestros clientes y tener una relación cercana con ellos nos permite generar planes de acción para mejorar su satisfacción y fidelidad día tras día con nuestra compañía. Con nuestro programa Promotor logramos evidenciar la lealtad de nuestros clientes, escuchando y administrando su voz de manera diaria. Su implementación ya se encuentra en el 100% de nuestras tiendas, incluyendo las no presenciales a través de los canales de Venta Telefónica y Venta Online.

Además, con la encuesta de satisfacción vía web, logramos recibir las opiniones de nuestros clientes a nivel nacional, atributos que utilizamos para mejorar la experiencia de compra en cada uno de nuestros canales de venta.

## Resultado Promotor 2015

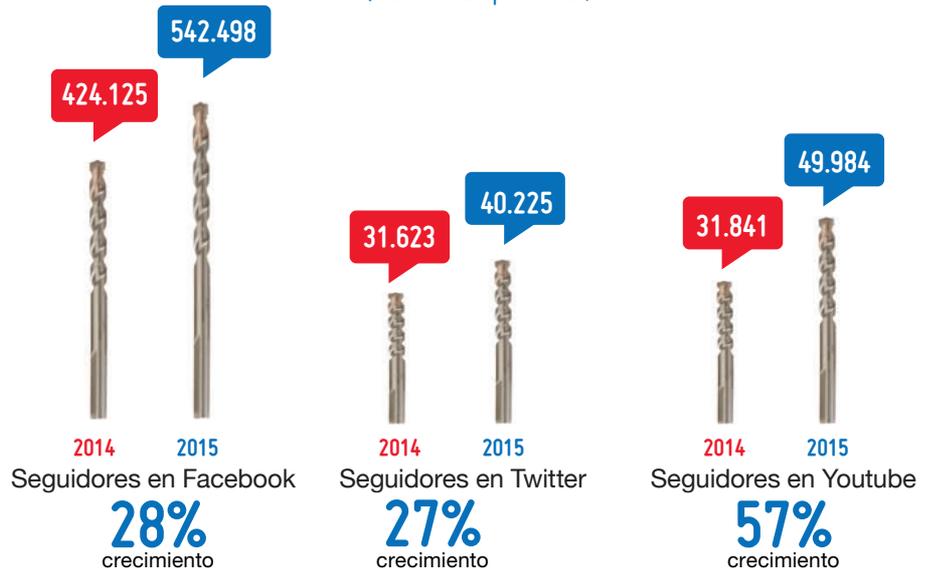


## CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

Escuchar a nuestros clientes y establecer una comunicación efectiva con ellos nos exigió la consolidación de 15 canales de atención. Las redes sociales, como consecuencia del impacto de las plataformas tecnológicas, se han convertido en uno de los aliados más eficientes para esta tarea.

## Crecimiento redes sociales

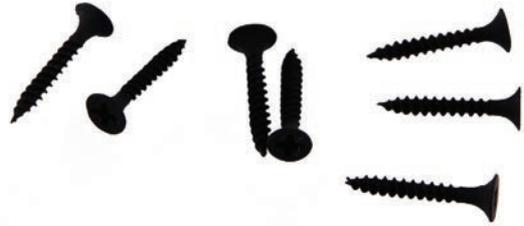
(Número de personas)



Total contactos por canales de comunicación: más de 550 mil.

## Contactos por canal de comunicación

Fuente	Cantidad
Chat	7.205
Conmutador	51
Correo electrónico	8.277
Encuesta <i>online</i>	2
Escrito	6.435
Formulario de la tienda	64.120
Formulario web	4.131
IVR resolutivo	1.150
Mensaje virtual	52
OutBound	4.869
Personal	13.914
Redes sociales	1.074
SIC	215
Telefónico	449.118
Teléfono de la tienda	4.644
<b>Total general</b>	<b>565.257</b>

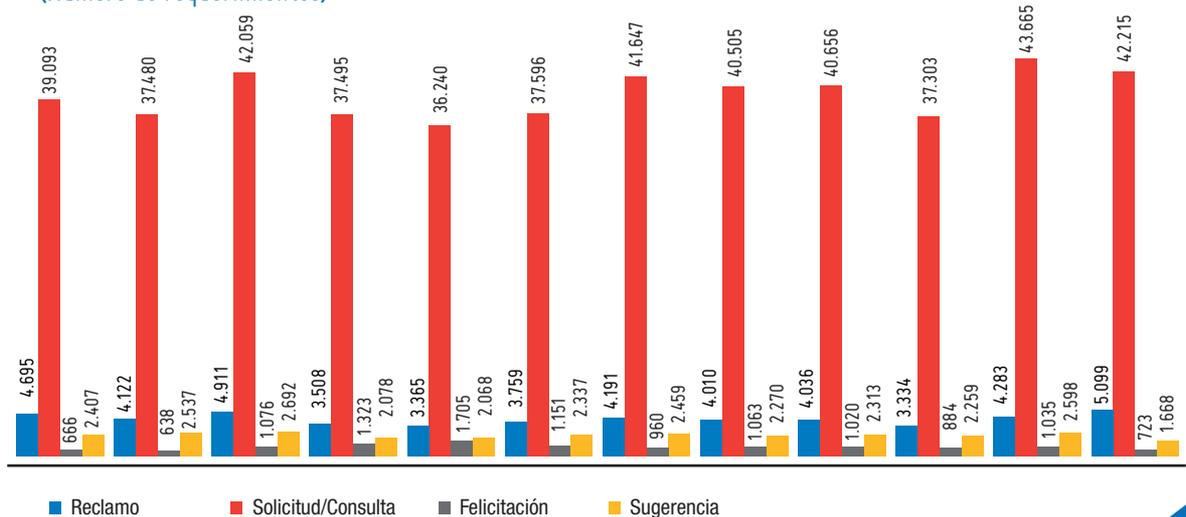


## EVOLUCIÓN DE REQUERIMIENTOS

Por medio de nuestros diferentes canales de comunicación, durante 2015, recibimos 565.257 requerimientos de nuestros clientes, es decir, 32.892 más que el año inmediatamente anterior, lo que corresponde a un incremento del 6%. De los requerimientos recibidos, el 2% correspondió a comentarios positivos, el 5% a sugerencias, el 9% a quejas y/o reclamos y el 84% restante a solicitudes o consultas.

## Evolución de requerimientos 2015

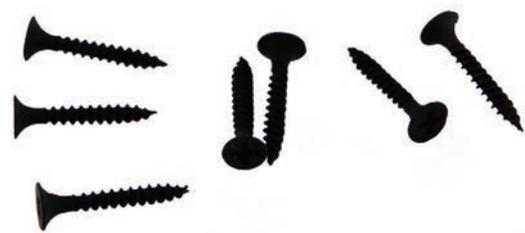
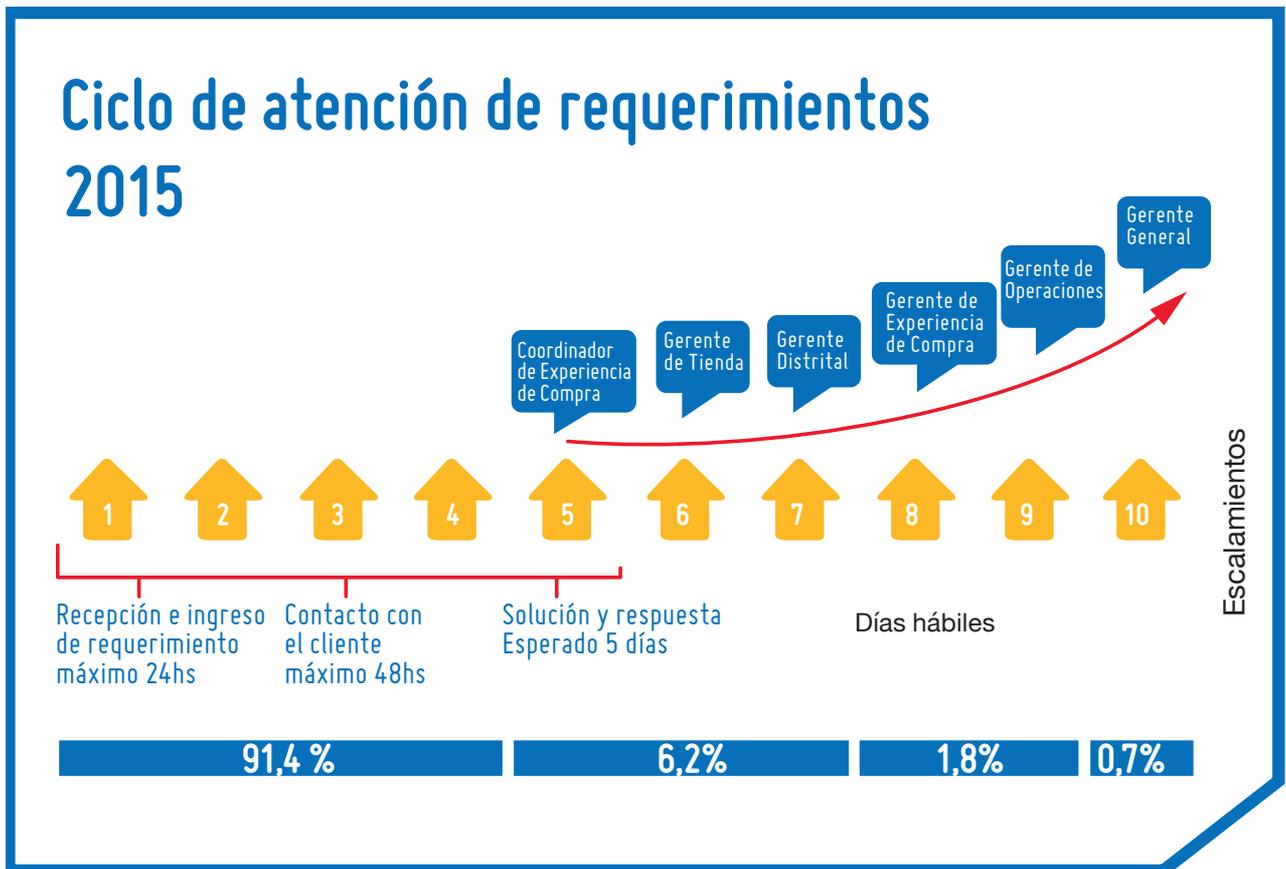
(Número de requerimientos)



## ESCALAMIENTO DE SOLICITUDES DE CLIENTES

Comprometidos con mejorar la satisfacción de nuestros clientes, implementamos un sistema que escala los requerimientos hasta llegar a la Gerencia General, en un tiempo máximo de diez días hábiles. Así, en 2015 logramos que el 91.4% de los requerimientos fueran atendidos en los primeros cinco días hábiles.

Adicionalmente, medimos la satisfacción de los clientes frente a la solución de las quejas y reclamos, obteniendo como resultado en 2015 que el 90.94% de nuestros clientes se sintieran satisfechos con la atención recibida y la solución definitiva a sus requerimientos.



## Cultura de servicio

En Sodimac Colombia es esencial la cultura del servicio como fundamento de nuestra promesa de cumplir los sueños de cada una de las personas que asisten a las tiendas. Creemos y nos enorgullecemos del equipo Sodimac, de la alegría y el compromiso que tienen con su trabajo. Por eso durante 2015 fortalecimos esas habilidades al realizar actividades que desarrollaron la cultura de servir impactando a más de 6.000 colaboradores a nivel nacional.

## Soporte técnico: la diferencia en el servicio

El consumidor final, aquel que utiliza el producto, debe contar con los parámetros de cumplimiento del servicio técnico. Pensamos que no basta con ofrecerle al cliente la información necesaria de los productos o servicios sino que establecemos unos lineamientos para apoyarlo en el uso de ellos después de ser adquiridos.

En nuestro centro de soporte técnico ofrecemos a nuestros clientes la ayuda que requieran y, si es necesario, los dirigimos al servicio técnico especializado para brindarles una asesoría más profunda, como parte de nuestro compromiso de servir en el servicio de posventa. Durante 2015, le dimos asistencia técnica a 114.003 clientes.

## Comprometidos con la calidad

Garantizamos que los productos que comercializamos y los servicios que ofrecemos cumplan con nuestros principios de seguridad y calidad, deberes que implican permanente verificación y garantía de los mismos.

## Cultura de servicio



## Fases del ciclo de vida de productos y servicios

-  Desarrollo del concepto del producto.
-  Investigación y desarrollo.
-  Manufactura y producción.
-  Mercadeo y promoción.
-  Almacenamiento, distribución y abastecimiento.
-  Disposición, uso y servicio.
-  Reutilización o reciclaje.

## TESTEOS DE PRODUCTOS

Respondiendo a nuestra política de calidad y seguridad, realizamos con la asesoría de laboratorios nacionales y extranjeros, acciones que nos permiten verificar el cumplimiento de la normativa en responsabilidad social. Durante 2015, realizamos 32 análisis locales y 315 corporativos.

### Categorías a las que pertenecen los productos testeados

 Tejas tabaquería y aislamientos.

 Plomería/gasfitería.

 Electricidad.

 Ferrería.

 Comunicaciones.

 Pintura y accesorios.

 Línea blanca y climatización.

 Muebles.

 Decoración.

 Temporada.

 Jardín.

## INSPECCIONES

Adicional a los análisis en laboratorios, llevamos a cabo inspecciones que controlan la calidad de los productos, revisamos la señalética del empaque, la rotulación, el código de barras, y los accesorios y manuales. En relación a los productos importados verificamos las especificaciones técnicas, los componentes y las características funcionales.

El resultado de este sistema de inspecciones arroja tres estados que definen si los productos salen a la venta:

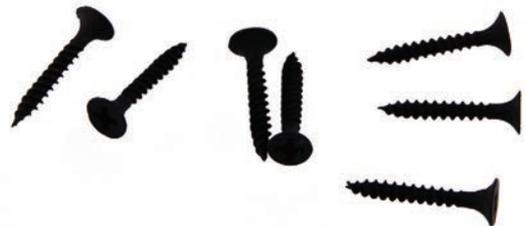
- Aprobado: cumple con todos los requerimientos establecidos para su exportación.
- Rechazado con despacho: el producto fue sometido a un proceso de mejoras y alcanzó los requisitos para su comercialización.
- Rechazado sin despacho: no cumple con las exigencias de la orden de compra y no es despachado.

### Inspecciones nacionales

Estado de la inspección	2015
Aprobadas	10
Rechazadas con despacho	0
Rechazadas sin despacho	2

### Inspecciones en Asia

	2015
Número de inspecciones	2.233
Número de proveedores inspeccionados	329



# Fortaleciendo los negocios de nuestros clientes: Círculo de Especialistas Constructor

Trabajamos para que nuestros clientes también crezcan y aporten al desarrollo sostenible del país. Por eso creamos el Círculo de Especialistas Constructor (CEC), espacio que busca la profesionalización de nuestros socios de la construcción, el mantenimiento y la remodelación, con el propósito de que puedan hacer más y mejores negocios, factores que a su vez les permiten mejorar su calidad de vida.

Buscando que sus negocios se conviertan en empresas, desarrollamos capacitaciones dirigidas al fortalecimiento de sus capacidades técnicas y administrativas que permitieran su crecimiento empresarial.

Así mismo, realizamos la segunda Gran Feria de la Capacitación en Colombia, uno de los escenarios más grandes de formación que demuestra nuestro compromiso con la capacitación de nuestros especialistas.



## Grandes logros CEC

 **186.316**  
Total beneficiados.

 **420**  
Cursos ofrecidos.

 **2.394**  
Horas de capacitación.

 **COP\$ 2.700 millones**  
Inversión en el programa.

## Principales resultados de la Gran Feria de la Capacitación

 Asistieron **2.288** personas al evento, de los cuales **280** participaron los dos días de programación.

 **56%** de los asistentes al evento son socios del CEC.

 El programa incluía capacitaciones en **95** temáticas diferentes, entre las cuales tuvimos cuatro grandes charlas de tres expositores nacionales y la participación de un invitado internacional.

 Tuvimos conexión vía *streaming* con **1.546** usuarios. Los países con mayor acogida fueron Colombia, Estados Unidos y Venezuela.

 Participaron **28** proveedores.



# Gestión ambiental

Como compañía nos comprometimos con el desarrollo sostenible del país, ejecutando acciones para prevenir, minimizar y mitigar los impactos generados por nuestras actuaciones diarias. Preocupados por el cuidado y protección del medio ambiente, trabajamos para mejorar continuamente el sistema de gestión ambiental, compensamos la huella de carbono generada por la operación, y a través del programa Casa Eco generamos actividades dirigidas a crear conciencia ambiental en nuestros clientes y en la sociedad.



## Nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental

En 2014, creamos la estrategia ambiental de nuestra casa Sodimac, la cual impulsa los principales ejes de gestión hacia la sostenibilidad ambiental, trabajando con cada una de las partes interesadas en actividades de concientización y cuidado para conservar un entorno amigable ambientalmente.

Entre las iniciativas que hemos implementado se encuentran: uso de aguas lluvias, mejoras en el diseño



de iluminación, instalación de cubiertas translúcidas, siembra de árboles para compensar la huella de carbono, ubicación de puntos verdes para recolectar materiales especiales como luminarias, pilas, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), promoción de nuestros productos ECO (bolsas reutilizables, bombillos ahorradores, etc.), consejos útiles desde el programa Casa Eco para la protección del medio ambiente desde el hogar, entre otras.

Continuaremos trabajando para fortalecer nuestra gestión sostenible en materia ambiental, a través de iniciativas encaminadas a disminuir el consumo de agua, reducir las emisiones, generar energías alternativas, hacer construcciones amigables con el planeta y promover la logística eficiente, buscando de ese modo preservar los recursos naturales.

# Estrategia de sostenibilidad ambiental



## Ecoeficiencia:

- + Manejo integrado de residuos sólidos (puntos limpios).
- + Ahorro y uso eficiente del agua.
- + Compras verdes: compras internas, compras comerciales, compras de proyectos.



## Cumplimiento:

- + Evaluación ambiental de proveedores: certificaciones de origen, sellos verdes, diagnóstico ambiental.
- + Certificación ISO 14000.



## Cambio Climático:

- + Medición, reducción y compensación huella de carbono.
- + Eficiencia energética.
- + Construcciones sostenibles: LEED y prácticas verdes.
- + Transporte eficiente de productos.



## Recursos Naturales:

- + Medición de la huella hídrica y su compensación.
- + Racionalización de bolsas plásticas y potencialización de empaques en diferentes productos comercializados.
- + Sistemas de tratamiento aguas residuales.
- + Hogar verde.

## Ahorro y uso eficiente de energía

De acuerdo al consumo de energía del año 2014, establecimos como meta de ahorro para 2015 del 2% de este, la cual se superó alcanzando 2,3%, logrando un ahorro total de 1.770.114 Kw/h.

## Ahorro y uso eficiente de agua

Nuestro consumo total de agua fue de 197.365 m<sup>3</sup>, presentándose un aumento del 14,8% en comparación con 2014, debido a que inauguramos nueve Car Centers, los cuales ofrecen el servicio de lavado de autos.

## Ahorro de bolsas plásticas

Generamos iniciativas en nuestros almacenes para que cada día utilicemos menos bolsas plásticas. Desde 2011 nos propusimos reducir el uso de este producto, alcanzando en 2015 una disminución total del 16% de las unidades entregadas a clientes. Resaltamos que aunque hemos inaugurado 16 tiendas, desde 2011, nuestros resultados son significativos.

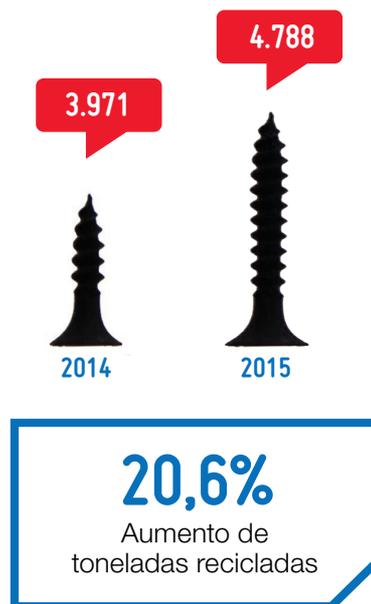
### Unidades de bolsas ahorradas



## Residuos reciclables

En 2015 establecimos la meta de incrementar en un 14% el reciclaje de residuos, con base en la cantidad reciclada en el año 2014, alcanzando durante dicho año un incremento total del 20%, generando 4.788 toneladas de reciclaje.

### Residuos reciclables Toneladas recicladas



# Residuos peligrosos y programas posconsumo

Durante 2015 dimos un correcto manejo a las materias primas e implementamos buenas prácticas, las cuales permitieron tratar adecuadamente 187.622 Ton de residuos peligrosos, logrando tener una disminución del 43,7% con respecto al año inmediatamente anterior.

Así mismo, y como parte de nuestro compromiso ambiental, desarrollamos el programa 'Posconsumo', reconociendo que productos como pilas, llantas, baterías de vehículos, bombillos, envases de plaguicidas domésticos y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) deben tener un tratamiento especial al final de su vida útil, por ello hemos implementado en las tiendas espacios en los cuales nuestros clientes entregan los productos para el adecuado tratamiento.

## Productos peligrosos



Desechos de sustancias químicas.



Material absorbente contaminado.



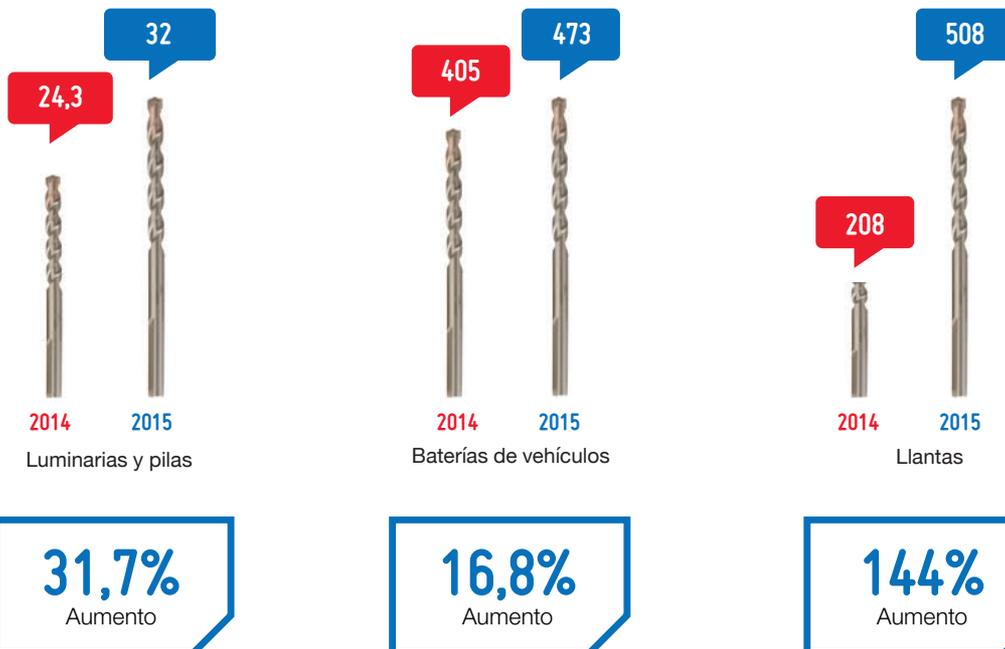
Aceites usados.



Estopas impregnadas de grasas y aceites.

## Comparación de porcentaje de aumento de residuos peligrosos

(Toneladas)



# Medición de la huella de carbono

Somos conscientes de los impactos ambientales que generan nuestras operaciones en el medio ambiente, por tal motivo medimos desde el año 2010 nuestra huella de carbono y por medio de programas de racionalización del uso de los recursos procuramos disminuir año a año dicha emisión.

La huella de carbono la medimos realizando el inventario GEI (Gases efecto invernadero) desde los alcances 1, 2 y 3:

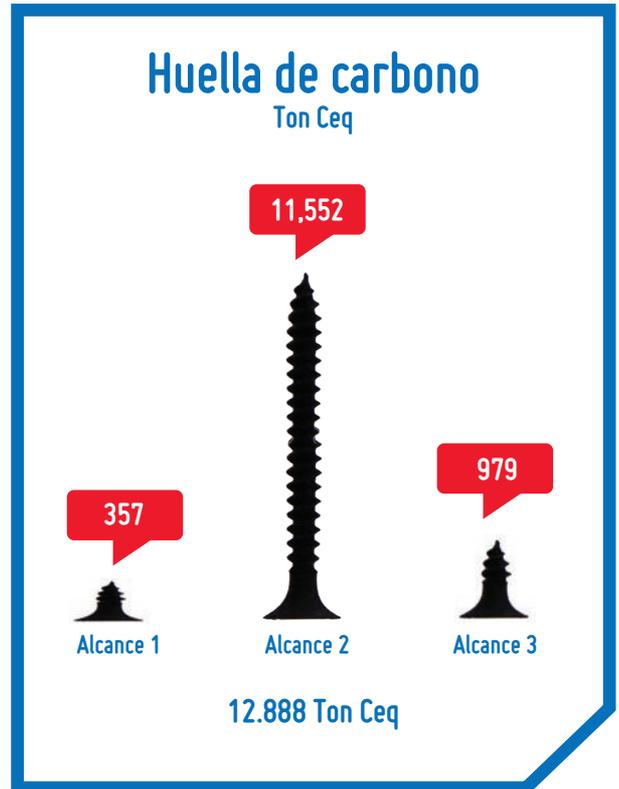
- Alcance 1: emisiones directas generadas por el combustible que necesitamos para nuestra operación.
- Alcance 2: emisiones indirectas por electricidad comprada.
- Alcance 3: emisiones indirectas generadas por la logística y los viajes corporativos.

Las emisiones que no logramos disminuir, buscamos compensarlas por medio de la siembra de árboles en las regiones del país donde tenemos presencia. Nuestra estrategia de compensación contribuye a mitigar las emisiones de CO<sub>2</sub> que se liberan diariamente en el aire.

Dentro de las acciones que hemos establecido para disminuir, minimizar, controlar y prevenir nuestro impacto ambiental, se encuentra la siembra de 5.875 árboles durante 2015, para un total de 15.701 sembrados en los últimos tres años.

Adicionalmente, nuestras tiendas de Bucaramanga, Cajicá, Cedritos, Manizales y Montería cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés), lo cual ratifica el compromiso que tenemos como compañía de promover las construcciones sostenibles en el país.

Día a día trabajamos constantemente para que nuestra operación sea gestionada con base en prácticas amigables con el medio ambiente, además, transmitimos nuestros lineamientos de cuidado y protección a todos nuestros grupos de interés, para así tener una cadena de suministro sostenible.



## PLATINO



CAJICÁ

## ORO



MANIZALES

## PLATA



HOME CENTER Y CONSTRUCTOR  
MONTERÍA



HOME CENTER Y CONSTRUCTOR  
BUCARAMANGA



HOME CENTER Y CONSTRUCTOR  
CEDRITOS

## Comprometidos con el manejo adecuado de vertimientos

Durante 2015, realizamos 48 muestreos de vertimientos en las diferentes tiendas Homecenter y Constructor, obteniendo como resultado de nuestra operación 168.845 m<sup>3</sup> de agua residual, los cuales fueron dispuestos en el alcantarillado público.

Adicionalmente, como parte de nuestro compromiso con el medio ambiente construimos nueve Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR) y construiremos otras 14 durante primer semestre de 2016.

## Casa Eco

Queremos ser reconocida como una compañía pionera en temas de conservación del medio ambiente, por ello implementamos programas dirigidos a transmitir a nuestros clientes acciones enfocadas a la preservación de los recursos naturales.

Casa Eco es un programa por medio del cual desarrollamos diferentes iniciativas, entregamos soluciones a nuestros clientes para promover el uso eficiente del agua, energía, aire, entre otras. Durante 2015, llevamos a cabo acciones a nivel nacional encaminadas a promover una cultura amigable con el medio ambiente -eco-friendly-, en donde quienes participaron pudieron experimentar una experiencia ECO. Viviendo el compromiso que como compañía hemos asumido al trabajar en pro del medio ambiente y conociendo ideas que cada uno puede hacer desde sus prácticas diarias para contribuir a la preservación de un ambiente saludable.



Desarrollamos temáticas enfocadas al ahorro y uso eficiente del agua, ahorro energético, racionalización del uso de bolsas plásticas, cultura de posconsumo (luminarias, pilas, llantas, baterías, envases de plaguicidas domésticos, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) entre otras). Estas actividades que llevamos a cabo por medio de talleres de cuidado del medio ambiente para niños y adultos, cápsulas de televisión, secciones verdes en separatas y revista *Vive tu casa*.

Continuaremos trabajando para que cada día sean más las personas que se comprometen a proteger el planeta; como compañía entregaremos información relevante a través del espacio especial que hemos asignado para el programa en nuestra página web, en donde todos los grupos de interés encontrarán tips, sugerencias, productos e ideas para que desde sus acciones cotidianas puedan contribuir a un entorno más saludable.



Con nuestras acciones en pro del medio ambiente logramos impactar a más de **24.840** personas

## PROMOVEMOS LAS CONSTRUCCIONES SOSTENIBLES

Apoyamos programas y actividades que promueven la sostenibilidad ambiental, desde una amplia oferta de productos amigables con el medio ambiente, hasta el patrocinio de proyectos sustentados en la innovación y la visión de un mejor planeta.

Por ello, durante 2015, nuestra casa tuvo la oportunidad de participar en el Solar Decathlon Latin American & Caribbean 2015, un concurso internacional de arquitectura e ingeniería –patrocinado por el Departamento de Energía de los Estados Unidos y el Laboratorio Nacional de

Energías Renovables–, en donde diferentes universidades de todo el mundo se reúnen para construir una casa que, por una semana, debe alimentarse únicamente con energía solar.

## El cuidado del medio ambiente en nuestra cadena de suministro

Reconocemos que quienes hacen parte de nuestra cadena de suministro también generan impactos en el ambiente por su actividad, por lo cual como compañía hemos estado trabajando para compartir y promover con cada una de las partes involucradas en la operación la sostenibilidad ambiental.

Durante 2015, incluimos en la política interna de compras criterios ambientales para la selección de proveedores de insumos, siendo la evaluación de sostenibilidad una de las medidas adoptadas para que los proveedores puedan participar en un proceso de contratación con la compañía.

La evaluación fue realizada a 43 proveedores, la cual permitió conocer sus lineamientos en materia de responsabilidad ambiental, las acciones realizadas para prevenir, minimizar y mitigar el impacto en el entorno, además de evidenciar planes que fomenten el desarrollo de nuestra cadena de suministro y nosotros como compañía, con el fin de contar con una cadena de abastecimiento comprometida con la protección del entorno.

En 2016, continuaremos evaluando a nuestros proveedores para tener una cadena de suministro más alineada con principios de sostenibilidad, a la vez que gestionamos programas que promueven el crecimiento sostenible de estos.



# Desarrollo de proveedores comerciales



No podríamos llevar a cabo nuestra operación sin las alianzas estratégicas que hemos establecido con nuestros proveedores y contratistas. Tenemos el propósito de generar relaciones comerciales competitivas, de confianza y de largo plazo, que generen valor agregado y mutuo beneficio.

Compartimos y promovemos con nuestros aliados el compromiso que como compañía decidimos asumir, de manera voluntaria, al llevar a cabo buenas prácticas empresariales. Los estándares internacionales en materia de sostenibilidad son nuestra guía para continuar forta-

leciendo nuestras acciones con base en valores éticos, promoción de los derechos humanos, cuidado del medio ambiente y transparencia con cada grupo de interés.

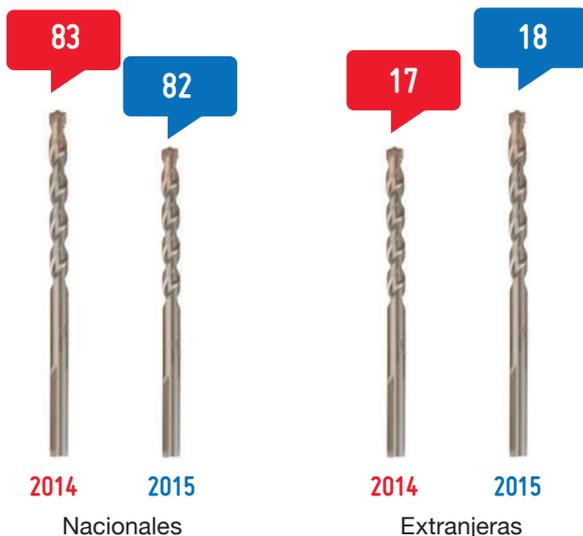
En concordancia, los proveedores que se unen a nuestra familia Sodimac, acogen lo establecido en el Código de Ética de la compañía, dentro del cual se declara el respeto, promoción y protección de los derechos humanos, el cumplimiento por las normas laborales, el cuidado del medioambiente, la ejecución de acciones transparentes y el rechazo a cualquier actividad corrupta en su gestión.

Contamos a su vez, con el Manual del Proveedor que consigna las prácticas esperadas a nivel comercial, y aquellas relacionadas con la ética, transparencia y responsabilidad social, conscientes de que el éxito empresarial se genera a partir de la articulación de las partes y el cumplimiento de prácticas responsables y respetuosas en toda la cadena.

## Desarrollando a nuestros proveedores nacionales

Fortalecemos el crecimiento y la creación de empleo nacional con el fin de beneficiar a las comunidades circundantes a nuestras tiendas, a través de las compras a proveedores locales. Nuestro aporte como compañía en dicha estrategia evidencia resultados significativos, gracias a que el 82% de nuestras compras durante el 2015 fueron hechas a proveedores locales.

## Compras nacionales y extranjeras (expresado en %)



## Declaración de compromisos

Promovemos las prácticas de responsabilidad social, de acuerdo con los más altos estándares internacionales de sostenibilidad en toda nuestra cadena. La evaluación y seguimiento de las prácticas empresariales de nuestros proveedores permite evidenciar la gestión de cada uno de ellos en materia económica, social y medioambiental.

En Sodimac Colombia establecimos un documento que contiene los compromisos que los proveedores asumen en temas asociados a ética empresarial y cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en uso de marcas; derechos humanos y calidad de vida laboral en el cumplimiento de normas sobre trabajo infantil y trabajo forzado; cuidado de la salud de los clientes y seguridad laboral; marketing responsable y transparencia en la publicidad de los productos; identificación y aminoramiento de los impactos ambientales; aprovisionamiento responsable; y contratación de mano de obra local.

Verificamos periódicamente las prácticas que nuestros proveedores llevan a cabo, con el propósito de revisar que los productos que son comercializados en los diferentes canales de venta cumplan con los lineamientos adecuados de calidad y seguridad, además de su comportamiento en el marco de la responsabilidad social.

Los compromisos están inscritos en la declaración conocida como 'Declaration of Social Responsibility in Factory', la cual fue firmada por 329 proveedores, principalmente asiáticos, de los 550 importados con los que trabajamos durante 2015.



## Gestionamos el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas

Tenemos el compromiso de impulsar el desarrollo de nuestros proveedores nacionales a través de planes de crecimiento dirigidos a pequeñas y medianas empresas del país.

Por consiguiente, en 2015 realizamos un análisis con diferentes áreas de la compañía con el fin de disminuir el plazo de pago a pymes. Actualmente, el pago a este tipo de empresas se hace a máximo 30 días.

Al finalizar el año, habían sido beneficiadas 515 pymes, es decir el 32.57% de las pequeñas y medianas empresas con las cuales trabaja la compañía. Dicha estrategia permite la estabilidad comercial y promueve los planes de inversión que contribuyen al crecimiento de las compañías, impulsando a su vez el desarrollo económico del país.

## Gestionando los riesgos en nuestra cadena de abastecimiento

Promovemos acciones que generan una relación cercana y de beneficio recíproco con nuestra cadena de suministro, con el fin de mitigar, prevenir y gestionar los posibles impactos en la operación.

Durante 2014, llevamos a cabo un proceso de identificación de los proveedores que vincularíamos a un proceso de evaluación y auditoría, con base en los siguientes criterios: participación de compra en los países del grupo, porcentaje de ventas y procesos de manufactura o riesgos medioambientales. A partir del análisis, en 2015 invitamos a 114 proveedores de Sodimac Colombia para

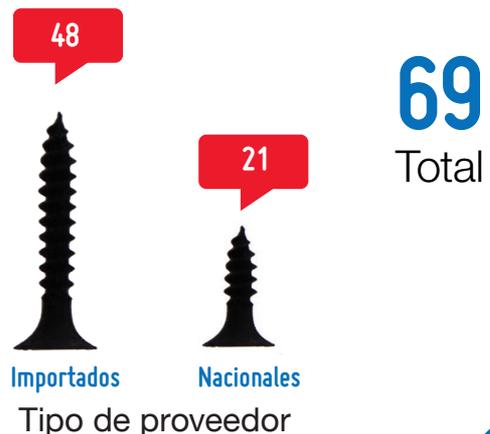
que utilizaran la herramienta Sedex (Supplier Ethical Data Exchange), con el fin de evidenciar las prácticas empresariales que ellos ejecutan en materia de normas laborales, prevención de riesgos laborales, medio ambiente y ética comercial.

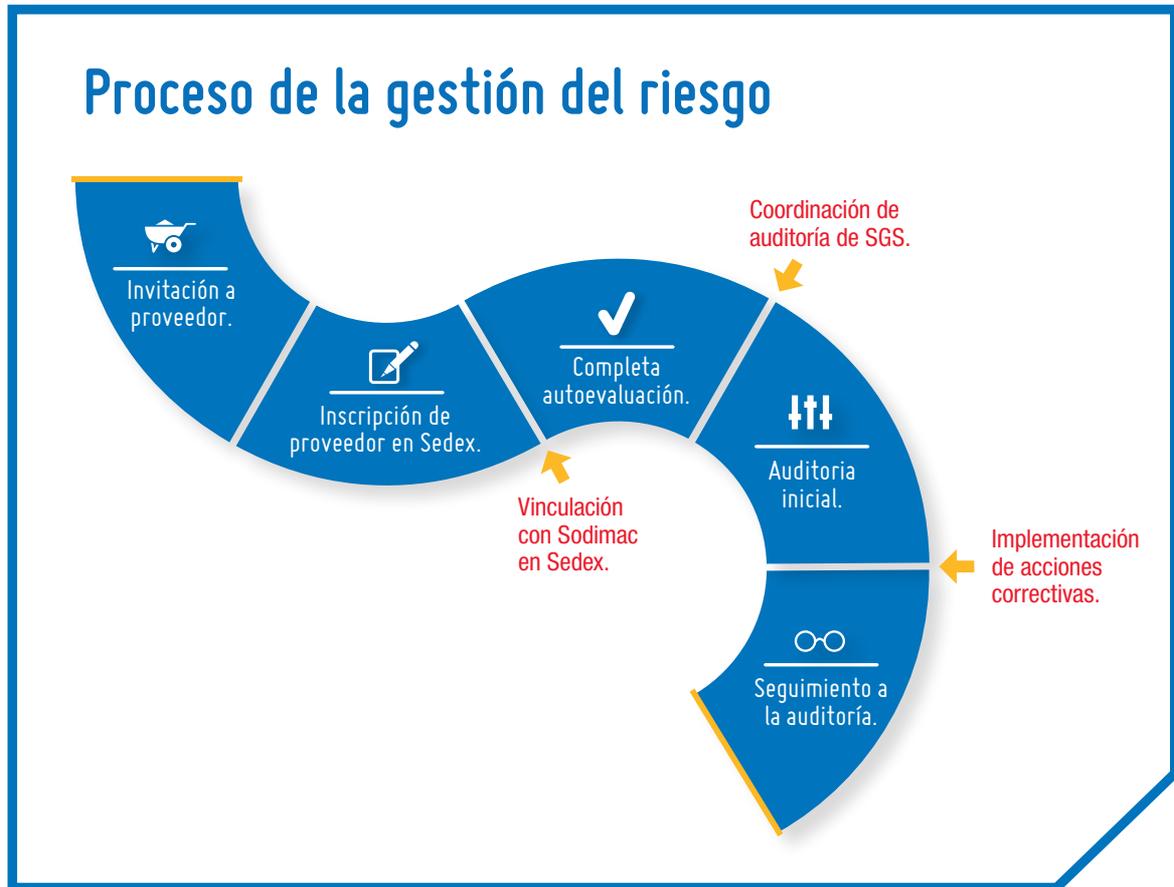
Al finalizar el año tuvimos como resultado un total de 69 proveedores evaluados y auditados, resultado que nos permitió fortalecer nuestra relación con ellos, acompañarlos en el crecimiento de su gestión sostenible y contribuimos para que sus acciones estén guiadas por los estándares internacionales de sostenibilidad.

Durante 2016, seguiremos trabajando de la mano con los proveedores que hicieron parte de este proceso, revisando el cumplimiento de los planes de acción, en caso de que se hayan establecido. Vincularemos a más proveedores para continuar con el mejoramiento continuo de nuestra cadena de abastecimiento en el marco de la responsabilidad social.

El reto que tenemos como compañía es continuar fortaleciendo la relación con nuestros proveedores, con el propósito de generar una cadena de aprovisionamiento transparente y ética. Además, el seguimiento y acompañamiento en la cadena nos permite mitigar posibles riesgos que impactan negativamente la gestión empresarial.

### Proveedores evaluados y auditados (número de proveedores)





## Implementamos acciones de crecimiento mutuo

En Sodimac Colombia nos propusimos implementar espacios en los cuales nuestros proveedores puedan identificar oportunidades de mejora para su gestión. Desde 2012, hemos llevado a cabo un proyecto de acompañamiento con proveedores seleccionados por las áreas comercial y de logística, con el propósito de establecer compromisos que permitan el crecimiento mutuo.

El programa busca identificar las oportunidades de mejora de cada una de las áreas de las compañías involu-

cradas para generar planes de acción que permitan el fortalecimiento de la gestión empresarial, dentro de las temáticas trabajadas está abastecimiento, finanzas, comercialización, entre otras.

Durante 2015, a través de reuniones, 14 proveedores participantes contaron con el acompañamiento y seguimiento de colaboradores Sodimac. Los espacios generados permitieron la comunicación directa para conocer los avances a los objetivos propuestos.

En 2016, continuaremos con este programa que nos permite fortalecer las relaciones con nuestra cadena de suministro y, a su vez, implementar acciones que generen crecimiento para nuestros proveedores, con el fin de tener una cadena más alineada con los objetivos de nuestra casa Sodimac.

## Memorando de verificación independiente

Verificación independiente del Reporte de Sostenibilidad 2015 de SODIMAC Colombia.

### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Reporte de sostenibilidad del año 2014 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4.0 (G4).

### Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas áreas de SODIMAC Colombia que han participado en la elaboración del reporte de sostenibilidad y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con el personal de SODIMAC Colombia para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el reporte.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad realizado en el 2014, se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del reporte, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos para recopilar, consolidar y validar los datos presentados en el reporte.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión de muestra de información cuantitativa y cualitativa, de los indicadores GRI y propios incluidos en el reporte de sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de SODIMAC Colombia.
- Visitas a almacenes de SODIMAC Colombia en Calle 80 (Bogotá D.C.), con el fin de revisar prácticas implementadas y gestión de la información ambiental y laboral.

### Responsabilidades de la Dirección de SODIMAC Colombia y de Deloitte

- La preparación del Reporte de sostenibilidad 2015, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Reporte ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el reporte de sostenibilidad.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.  
Jorge Enrique Múnera D.  
Socio



Bogotá, Marzo 2016

**Confirmación que el Reporte de sostenibilidad 2015 de SODIMAC Colombia es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su opción Esencial “de conformidad” con la Guía.**

Aspectos generales

Se confirmó que el reporte se ajusta a los requisitos de la opción esencial de los aspectos generales de la versión GRI G4: los indicadores G4-1 a G4-34, y G4-56 fueron reportados.

Aspectos específicos

Revisamos el enfoque de gestión e indicadores GRI de los siguientes asuntos materiales:

<b>Asuntos materiales</b>	<b>Indicador GRI y/o Propio Sodimac Colombia</b>
Ética y anticorrupción	*G4-SO3 *SOD1. Horas impartidas y número de colaboradores formados en curso virtual de ética (Energética)
Clima laboral	*G4-LA11 *SOD2. Resultados encuesta GPTW
Calidad de Vida laboral	*SOD3. Índice de calidad de vida
Salud y Seguridad laboral	*G4-LA6 *SOD5. ILI
Experiencia de compra (satisfacción del cliente, canales de atención y reclamos)	*G4- PR5
Ética publicitaria / Marketing responsable	*G4-PR4, G4-PR9. *SOD6. # De colaboradores formados en política de libre competencia.
Salud y seguridad del cliente	*G4-PR2
Gestión del riesgo con proveedores	*G4-EN32, G4-LA14, G4-HR10, G4-SO9.
Huella de carbono (Emisiones GEI)	*G4-EN16
Productos sostenibles (hogar verde-consumo responsable)	*SOD8. # de bolsas consumidas / ventas (respecto a año base)
Gestión de residuos (reciclaje, post consumo)	*EN23
Transporte y logística	*G4-EN30

**Conclusiones**

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Reporte de sostenibilidad 2015 de SODIMAC Colombia contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (G4) en su opción Esencial “de conformidad” con la Guía.



Homecenter Colombia



@Homecenter\_co