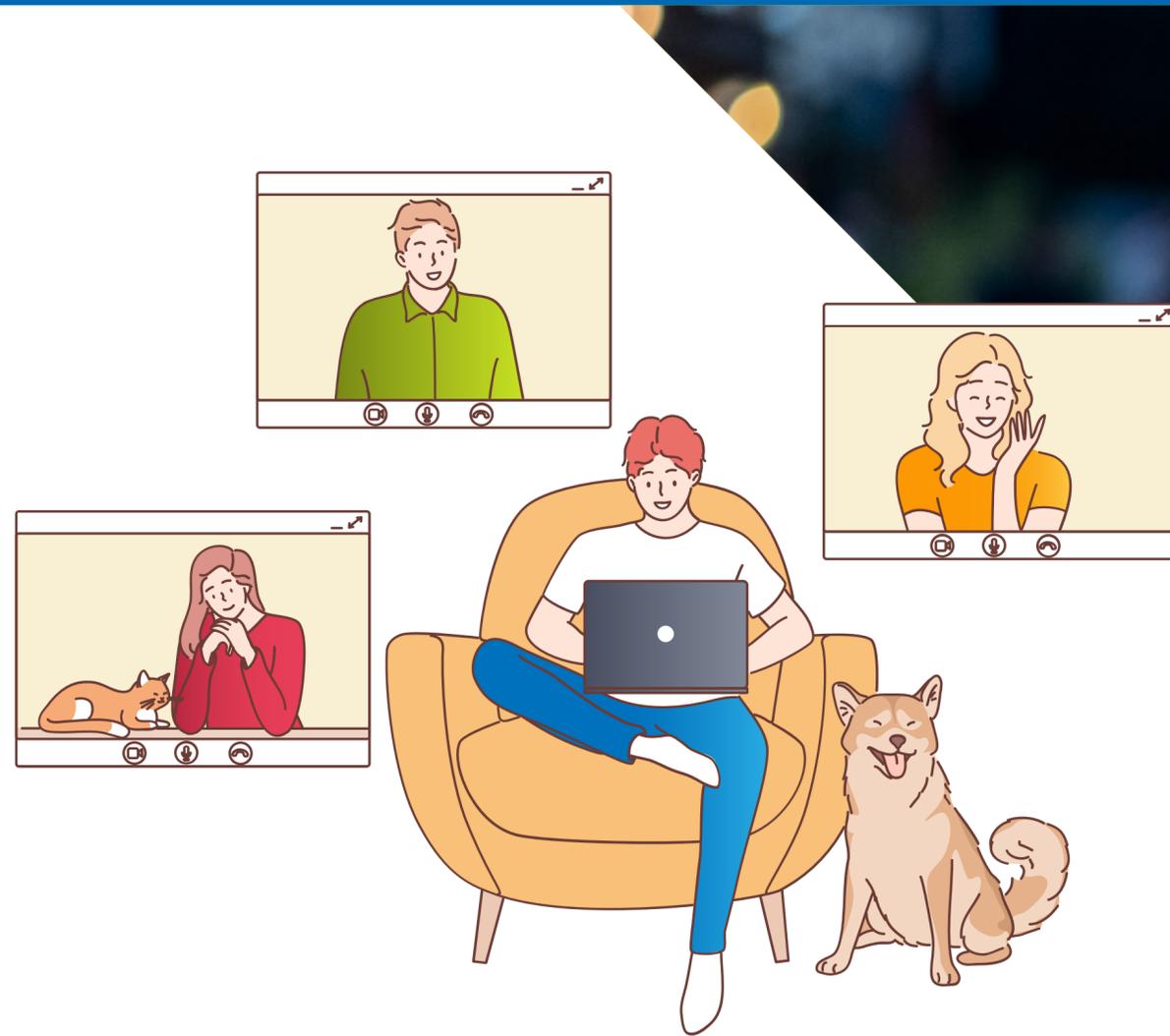


# Reporte de Sostenibilidad 2021





# Reporte de sostenibilidad 2021

Homecenter Colombia

@Homecenter\_co

Homecenter Colombia

Homecenter\_Co

## SODIMAC COLOMBIA S.A.

### Comité de Gerencia

Miguel Pardo Brigard  
Gerente General

Juan Pablo Camacho Pabon  
Gerente Financiero

Diego Hernández Arizabaleta  
Gerente de Desarrollo

Erasmus Moreno Aguilera  
Gerente de Tecnología

Pedro José Gallón Tamayo  
Gerente de Operaciones

Julián López Candamil  
Gerente de Logística

Karym Cecilia Grijalba Mármol  
Gerente de Personas y Responsabilidad Social

Luis Prieto Archidona  
Gerente Comercial

Carrera 68D # 80-70  
Bogotá, Colombia.  
(+571) 390 4100

[www.homecenter.com.co](http://www.homecenter.com.co)



### Redacción

Paola Ximena Hernández  
Lina María Sierra  
Revista Level

Edición de contenidos  
Revista Level

### Diseño y diagramación

Equilibrio Gráfico Editorial Ltda.

### Fotografías e íconos

Archivo Sodimac Colombia S.A.  
Freepick  
The Noun Project

### Jefe de Responsabilidad Social

Paola Ximena Hernández  
phernandezs@homecenter.co

### Especialista Responsabilidad Social

Lina María Sierra  
lsierraa@homecenter.co

# Contenido

**04** Sodimac en cifras

**33** Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

**69** Marketing y comercio responsable: nuestros clientes

**05** Nuestro perfil

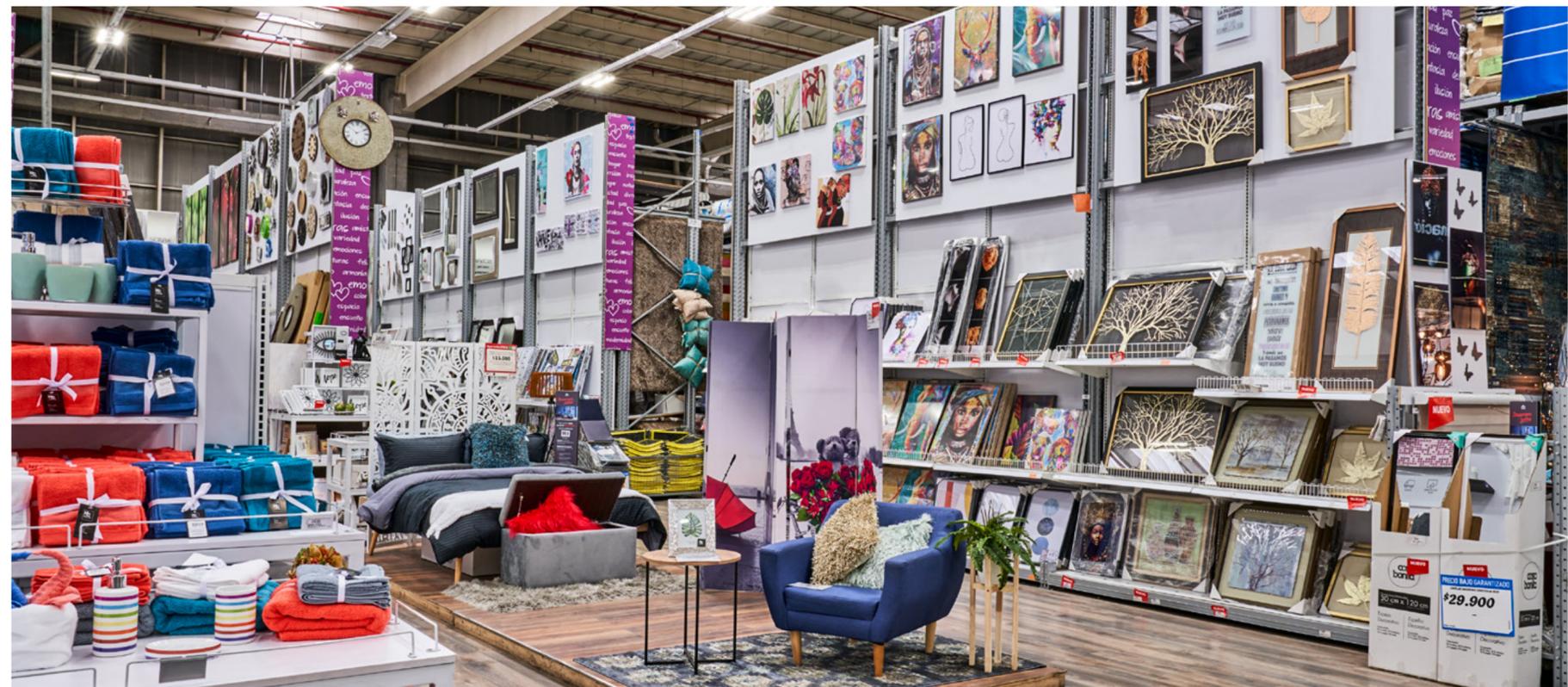
**38** Mejorando la **calidad de vida** de nuestros colaboradores

**81** Gestión ambiental

**14** Comprometidos con la **sostenibilidad**

**62** ¿Qué estamos haciendo por nuestra **comunidad?**

**88** Desarrollo de **proveedores comerciales**



# Mensaje del Gerente General



Desde hace 28 años venimos trabajando en Sodimac Colombia para otorgar a nuestros clientes la mejor experiencia de compra. Respondiendo de manera rápida a los cambios que el entorno presenta y con gran capacidad de adaptación a las nuevas necesidades del mercado, utilizando la innovación, y, sobre todo, reconociendo el valor de trabajar en equipo y colaborar con diferentes organizaciones para hacerlo realidad.

Es por esto, que queremos destacar en este noveno reporte de sostenibilidad, la labor realizada por todo el equipo Sodimac en el 2021. Con la cual logramos resultados sobresalientes en los temas económicos, sociales y ambientales, concentrándonos en mantener los protocolos de bioseguridad en la operación y generando valor a todos nuestros grupos de interés. A lo largo del año, fortalecimos nuestra estrategia de venta omnicanal, nuestra operación y red logística a través de los procesos de automatización, y la ejecución de programas sociales y ambientales de alto impacto, cumpliendo con nuestro compromiso en los frentes de la triple cuenta.

Alineados a los más altos estándares en sostenibilidad, hemos elaborado este reporte con base en la metodología del *Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión estándar de conformidad con la opción esencial y ha sido verificado por la firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad, Deloitte & Touche Ltda.

Para iniciar, hablaremos de nuestros logros económicos. En medio de un segundo año en el que hemos tenido que enfrentar los retos por la emergencia sanitaria, trabajamos en torno a la reactivación económica y nos enfocamos en fortalecer diferentes estrategias para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes, fortaleciendo la integración de lo digital con la física. Es así, como en 2021 alcanzamos ventas netas por un valor de 5.2 billones de pesos, aumentando un 33% frente al 2020, un 73.3% más en el resultado del EBITDA frente al año anterior y un aumento en la utilidad neta del 101%. También, alcanzamos 6,9 mil millones de clientes compradores, lo que significó un 10% más que en el año anterior, de los cuales 580.000 son omnicanales.

Gracias a nuestra estrategia de hiperaceleración digital, en donde el foco se ha centrado en ajustar la operación haciendo uso de la tecnología como la inteligencia artificial, de acuerdo con los cambios de comportamiento de compra de nuestros clientes, desarrollamos nuevas funcionalidades en la App Homecenter, como: Escanea y Paga, Agiliza tu Devolución y flujo de cotización para el cliente profesional, entre otras. Con el objetivo de facilitar los procesos de compra. Además, alcanzamos 151 millones de visitas entre la página web y la App Homecenter y generamos ventas en retail digital de 632.608 mil millones de pesos.

Con el objetivo de alinear la demanda de nuestros clientes y la entrega adecuada y a tiempo de productos, así como de fortalecer los procesos de logística y abastecimiento, consolidamos la operación de los Centros de Distribución Funza y Tenjo para generar mayor productividad y eficiencia.

En relación a los avances en temas sociales, resaltamos nuestra labor de formación con nuestra Escuela de Excelencia Sodimac para colaboradores/as, con el objetivo de fortalecer, ampliar nuestro conocimiento y experticia para ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestros clientes. Gracias a este programa, impartimos 247.632 horas de formación. Destacando de manera especial, el trabajo realizado en formación especializada en proyectos y segmentos específicos de clientes, en respuesta a la estrategia comercial del negocio. En 2021, culminamos el técnico en construcción de obras civiles que realizamos con la Universidad Antonio Nariño y del cual se graduaron 86 colaboradores/as. También realizamos con el Politécnico Gran Colombiano dos programas para el personal de tiendas: El técnico en operaciones comerciales y el diplomado en operaciones en retail, de los que se graduaron 28 colaboradores/as y 35 colaboradores/as respectivamente, afianzando el compromiso con nuestra gente.

Trabajamos con disciplina para cuidar la salud física y emocional de nuestros colaboradores/as especialmente con programas de concientización hacia la vacunación contra el Covid 19, vacunando 73,6% con la primera dosis y 68% con la segunda dosis a colaboradores/as, 1.343 familiares y rigurosos protocolos de Bioseguridad en nuestras tiendas para garantizar el cuidado de nuestros clientes. Recibimos 90 visitas de entidades gubernamentales sin ninguna novedad.

Continuamos, a su vez, promoviendo la inclusión laboral de personas en condición de discapacidad cognitiva y vulnerabilidad socioeconómica, pues le apostamos a contribuir a la construcción de una sociedad más justa y con oportunidades laborales para todos/as, vinculando a 115 personas en condición de discapacidad cognitiva, 7 personas en condición de discapacidad física y 7 personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

En temas relacionados con nuestra estrategia de responsabilidad social y contribución a la comunidad, desarrollamos 2 proyectos de mejoramiento del hábitat con el objetivo de mejorar la calidad de vida de poblaciones vulnerables cercanas a nuestra operación. Realizamos uno de ellos en Cali, con el mejoramiento de la infraestructura de la Fundación para el Anciano Abandonado, beneficiando a 100 adultos mayores y otro en Puerto Colombia, Atlántico, con la construcción de 15 viviendas para familias del municipio.

Pensando en mejorar la calidad de vida de nuestros especialistas de la construcción y digitalizando nuestros procesos para impactar positivamente a un gran número de personas, desarrollamos la octava Gran Feria de la Capacitación.

La cual se realizó por primera vez en versión internacional, en conjunto con Sodimac Perú. Conectamos a más de 160.000 personas, con el propósito de generar conocimiento sobre los retos en la construcción, la profesionalización y formalización de los/as trabajadores/as. Desarrollamos 136 capacitaciones y contamos con 12 mil especialistas inscritos en nuestra plataforma de formación virtual, Academia Constructor.

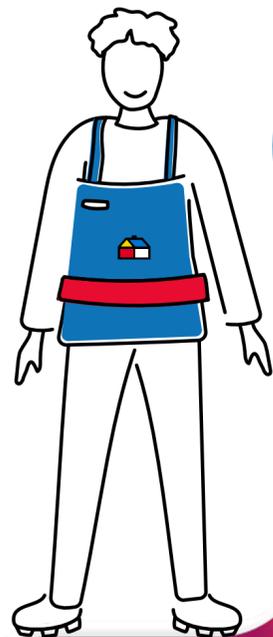
En temas ambientales, resaltamos nuestra labor encaminada al cuidado del medio ambiente y al uso responsable de los recursos naturales. En especial, ser la primera compañía en Colombia del sector retail en obtener la certificación al sistema de gestión ambiental para las 40 tiendas en todo el país, según la norma ISO 14001: 2015. También, resaltamos que a partir de este año somos una empresa certificada carbono neutro por Icontec, gracias a nuestro aporte a la compensación de la huella de carbono de alcance 1 y 2.

Por último, reconocemos la importancia de seguir trabajando en la gestión de la sostenibilidad de la compañía, la cual cobra más valor que nunca y es el factor clave para hacer frente a los retos del futuro. Para ello, seguiremos mejorando la experiencia omnicanal para nuestros clientes, a través del desarrollo del retail digital, la creación de iniciativas y servicios para aumentar el valor a los proveedores por medio de procesos digitales y los avances en logística con el uso de nuevas tecnologías. Así como darle valor a nuestro capital humano, que hace posible una operación de negocio exitosa. En cuanto al cuidado del medio ambiente, a través de iniciativas sostenibles que reduzcan nuestra huella de carbono y en el desarrollo de nuestra estrategia de mejoramiento del hábitat en Colombia, con iniciativas para aportar a la construcción del país, las cuales generan valor a nuestros grupos de interés y cumplen con nuestro propósito de *Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar*.

**Miguel Pardo Brigard**

Gerente General Sodimac Colombia S.A.

# Sodimac Colombia en cifras



**40**  
tiendas

**25**  
ciudades

**8.364**  
colaboradores

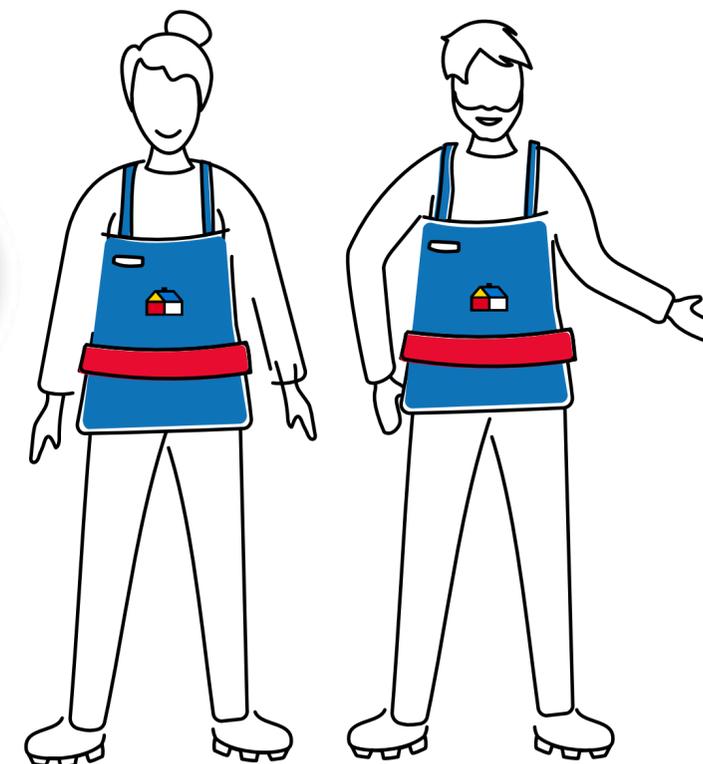
**5.225**  
billones  
en ventas  
netas



**25.038.878**  
millones de  
transacciones

**158.411**  
referencias  
activas de  
productos

**674.973 m<sup>2</sup>**  
construidos





# Nuestro perfil

Sodimac Colombia es una empresa de origen colombiano y chileno con 28 años de experiencia en el país. Nos dedicamos al mejoramiento del hogar y la construcción, buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de múltiples puntos de contacto con nuestras marcas, así como canales de venta que aseguran un modelo de negocio omnicanal (tiendas, página web, aplicaciones móviles y call center).

Nos centramos en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de remodelación y construcción de nuestros clientes, además de satisfacer sus necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares, mediante la excelencia en el servicio, la integridad en el trabajo y un fuerte compromiso.

## Nuestro propósito

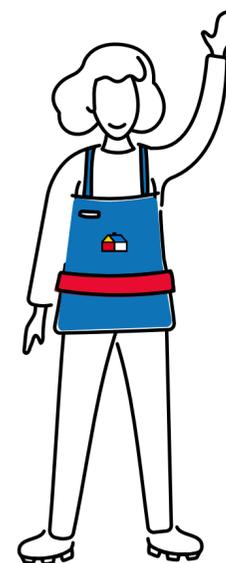
Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

## Nuestra misión

Desarrollamos 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 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

Compartimos prácticas ejemplares con nuestros grupos de interés, por lo que nuestros valores corporativos resultan esenciales y reflejan lo que somos, lo que creemos y con lo que nos identificamos, dando valor único a nuestras operaciones.

El respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad nos inspiran a mirar el futuro con optimismo y hacer ejemplo de organización en el país.

- **Respeto:** somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.
- **Excelencia:** estamos orientados al servicio y el cliente siempre será nuestro centro. Hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser mejores cada día.
- **Integridad:** somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que pensamos, decimos y hacemos.
- **Responsabilidad:** somos responsables en todas nuestras relaciones y nos hacemos cargo de todo lo que hacemos, así mismo de los impactos positivos y negativos que generamos.



## Nuestra cultura

La cultura Sodimac es una forma de vivir, hacer y sentir, lo que nos caracteriza. Es una combinación de nuestros valores, nuestro propósito, cómo nos comunicamos, en lo que creemos, cómo actuamos y qué sentimos al respecto de nuestra organización.

Está compuesta por cuatro elementos:

- Poner siempre al cliente en el centro.
- Actuar con velocidad y experimentación.
- Tener mentalidad de cambio.
- Trabajar colaborativamente.

## Nuestro Relato Corporativo

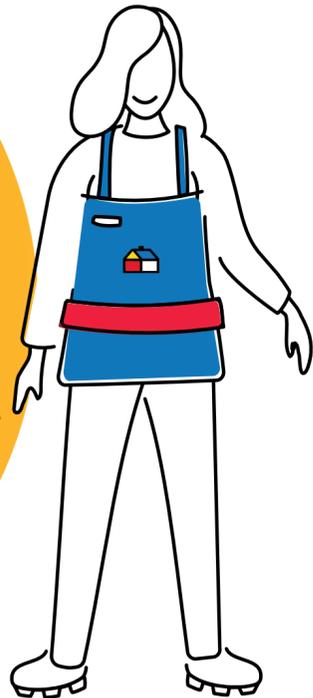
Somos una organización dedicada al mejoramiento del hogar, hemos crecido y contamos con distintas empresas que constituyen nuestra identidad. Hoy somos un aliado estratégico de Sodimac, Maestro, Dicico, Imperial, Homy, Constructor, Homecenter, Construdecor y juntos contamos con una gran historia que seguirá creciendo en personas y países, con un fuerte sentido de colaboración.

Somos parte de la Organización Corona, cuya inspiración es el servicio y somos un aliado estratégico del Grupo Falabella que busca simplificar y disfrutar más la vida.

Estamos orgullosos de ser una organización diversa, de vocación global, en la que nuestras diferencias y múltiples estilos culturales representan verdaderos aportes que nutren nuestro propósito. Porque juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

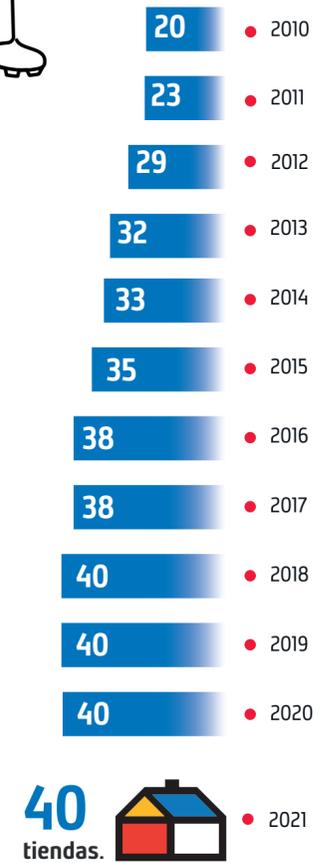
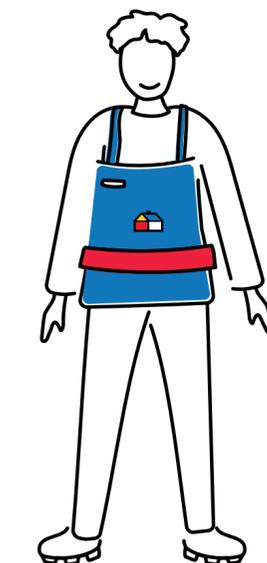
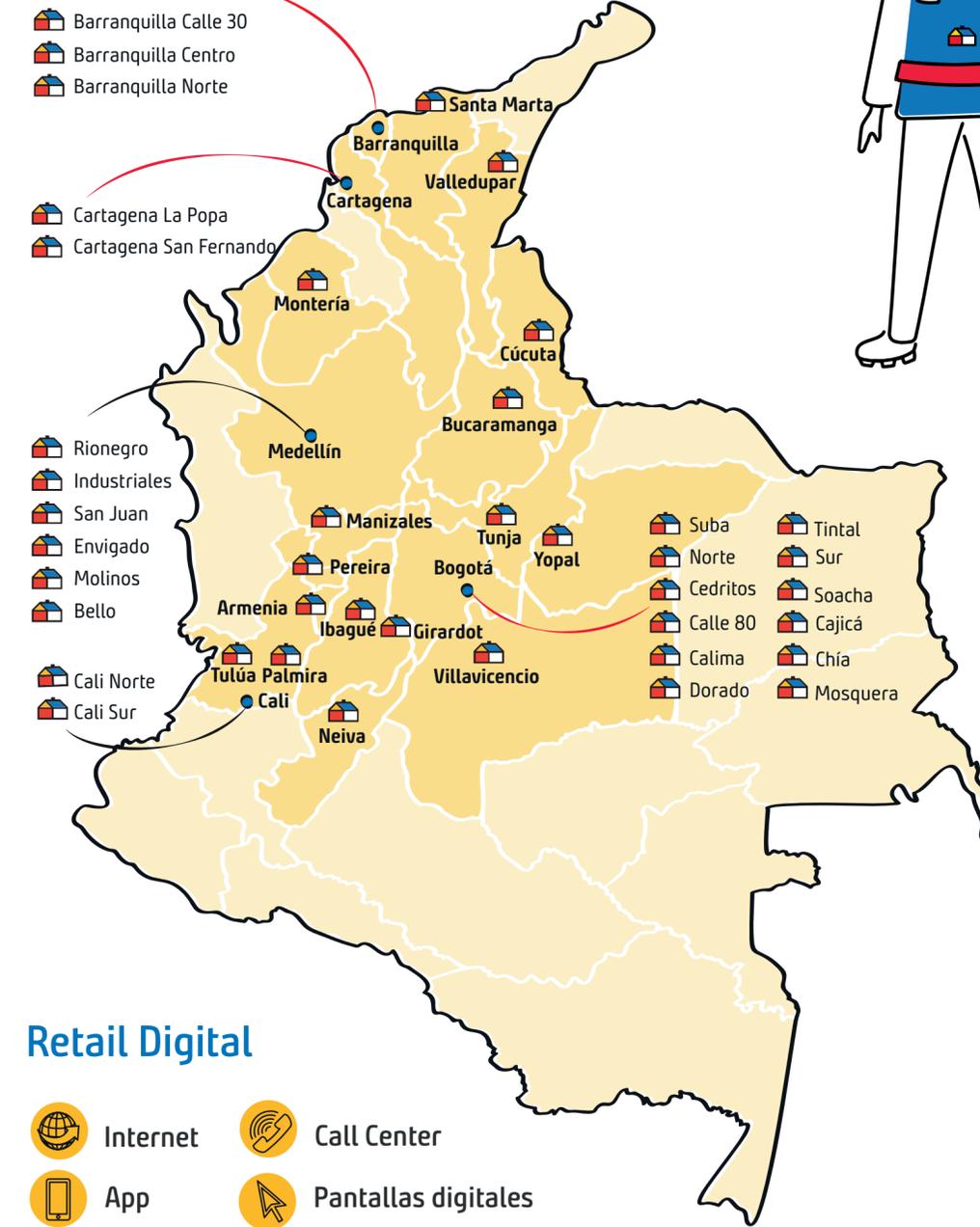
Nuestra mirada de éxito está en crecer, ser rentable y ser la empresa más querida, admirada y respetada por nuestros colaboradores, proveedores, clientes y América Latina. Alineados con nuestros valores REIR.

Nuestro desafío es mirar hacia el futuro para entender cómo seguiremos aportando a nuestros clientes y comunidades para mejorar su calidad de vida en el hogar. Debemos estar dispuestos y ser capaces de adaptarnos a las nuevas necesidades de los distintos estilos de vida, innovar y, sobre todo, colaborar. Somos nosotros, las personas, los colaboradores de la empresa, quienes lo hacemos posible.



## ¿Dónde estamos?

Nuestra operación está consolidada en 25 ciudades del país, con un total de 40 almacenes, 3 centros de distribución, bodegas alternas, 1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas.



## Retail Digital

- Internet
- Call Center
- App
- Pantallas digitales

## Naturaleza de la propiedad y forma jurídica

Somos una compañía con una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S. A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile.

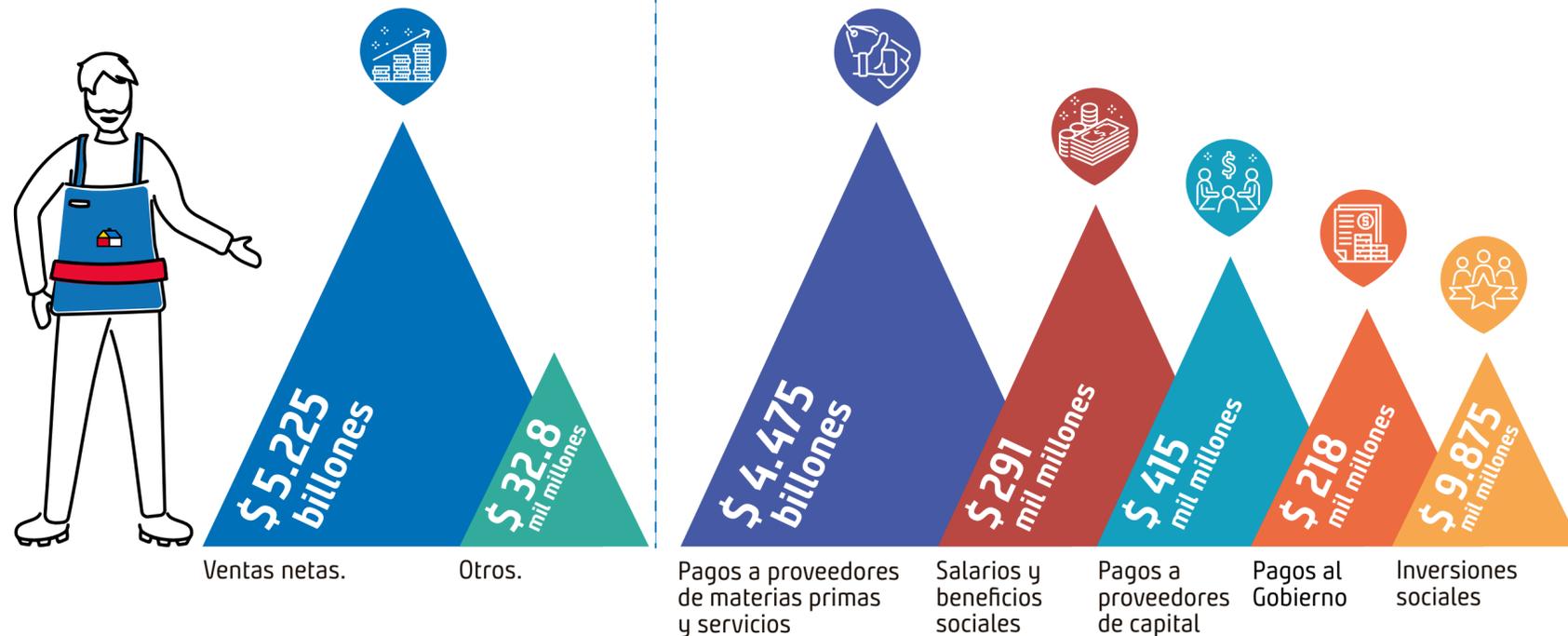
### Composición accionaria



## Valor económico creado y distribuido

Valor económico directo creado (VEC)  
Total **\$5.258** billones

Valor económico distribuido (VED)  
Total **\$5.409** billones



## Compromiso Tributario

En Sodimac Colombia S. A. hacemos explícito nuestro compromiso a renunciar al uso de estrategias para evitar pago de impuestos, paraísos fiscales y transferencia del valor creado a jurisdicciones de bajo impuesto.

Buscamos que nuestra gestión sea siempre transparente y cumpla a cabalidad con los lineamientos tributarios, las obligaciones formales y sustanciales, dentro del marco de la legalidad de la normatividad colombiana sin perder de vista la creación de valor para la compañía.

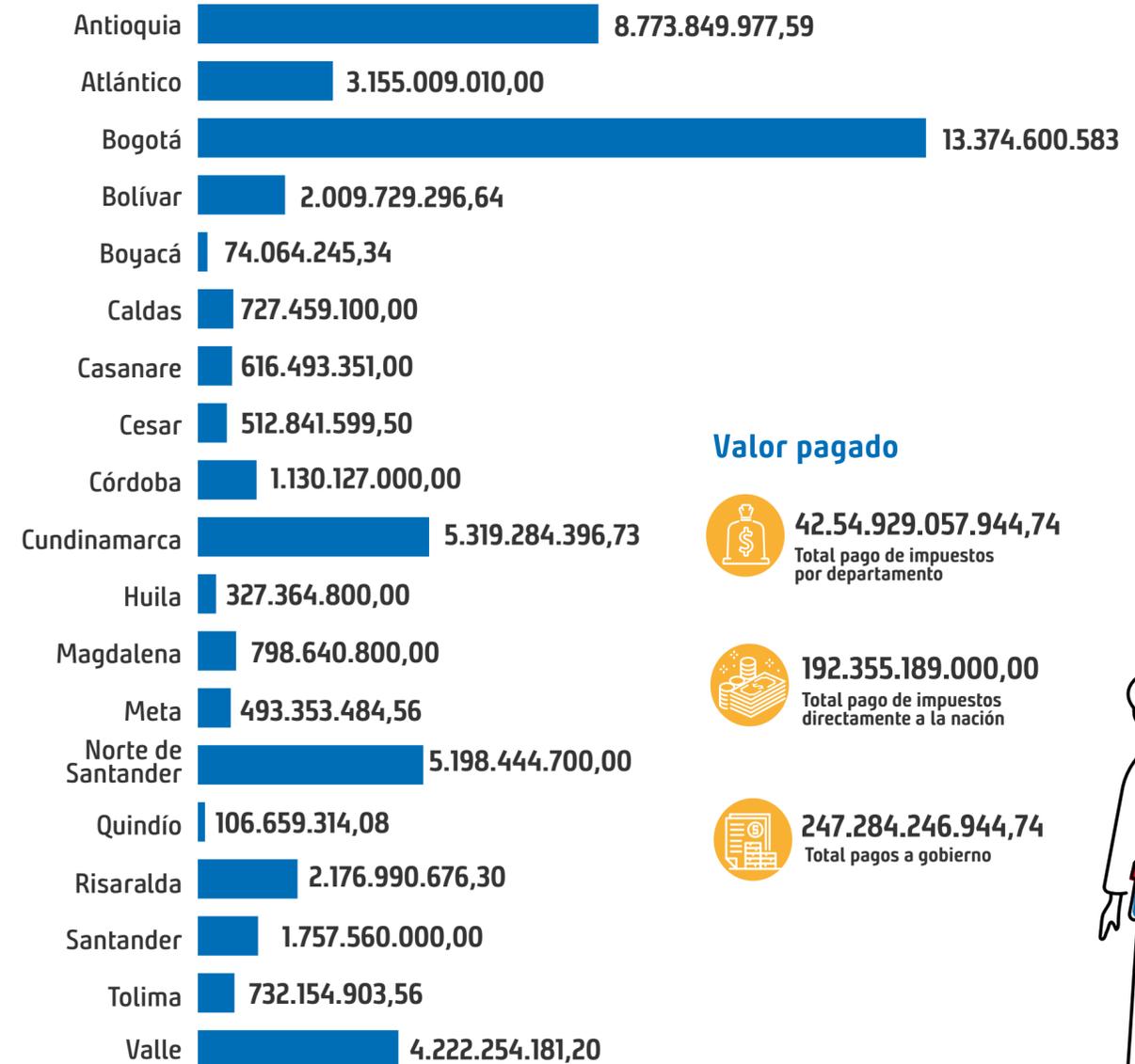
Para el logro de los objetivos estratégicos, analizamos la normatividad tributaria relativa a la ejecución de cada uno de los negocios, identificamos los lineamientos que deben ser aplicados y evaluamos el impacto tributario en la factibilidad de los nuevos proyectos.

Adicionalmente, velamos porque el equipo de colaboradores(as) actualice sus conocimientos sobre la nueva normatividad, mediante la capacitación y el acompañamiento de asesores tributarios calificados.

Los procedimientos y lineamientos expuestos nos permiten publicar de forma voluntaria las contribuciones fiscales realizadas por la compañía durante el 2021, las cuales ascienden a los 247 mil millones.

## Pagos al gobierno por departamento del país

(expresado en millones de pesos COP).



### Valor pagado

**42.54.929.057.944,74**  
Total pago de impuestos por departamento

**192.355.189.000,00**  
Total pago de impuestos directamente a la nación

**247.284.246.944,74**  
Total pagos a gobierno

## Nuestros principales logros en 2021



### Económicos



Tuvimos ventas netas por 5.2 billones de pesos, aumentando un 33 % frente al 2020



Alcanzamos 6,9 mil millones de clientes compradores, un 10% más que en el año anterior, de los cuales 580.000 son omnicanales.



Generamos ventas en retail digital de 632.608 mil millones de pesos.



Logramos 151 millones de visitas entre la página web y la App Homecenter.



Lanzamos nuevas funcionalidades en la App Homecenter: Escanea y Paga, Agiliza tu Devolución y Flujo de Cotización para cliente PRO.



Vinculamos a 1'012.000 clientes a nuestro programa de fidelización CMR puntos.

Contamos con 667 mil usuarios activos en la App Homecenter.



Tuvimos 173 vendedores de tienda con herramientas de Asesoría Digital, logrando ventas por 28.867 mil millones.



Completamos el 71% de entregas en 24 y 48 horas para suplir las necesidades de nuestros clientes.



Entregamos el 33% de órdenes de compra con la modalidad de Retiro en Tienda.



Avanzamos en nuevas experiencias para nuestros clientes PRO por segmentos de electricistas, plomeros, pintores y carpinteros.



Logramos un resultado de 64 en la encuesta Net Promoter Score, aumentando 13 puntos frente al año 2020.



### Sociales



Contamos con 115 personas en condición de discapacidad cognitiva, 7 personas en condición de discapacidad física y 7 personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica durante 2021.



Impartimos 247.632 horas en capacitación a través de las Escuelas de Excelencia.



Realizamos 61 donaciones de mercancía a diversas organizaciones sociales a nivel nacional con una contribución de 293 millones de pesos.



Recaudamos 93 millones de pesos a través del programa de donación de vueltas de nuestros clientes, para proyectos de Mejoramiento del Hábitat.

Iniciamos el segundo proyecto integral de Mejoramiento del Hábitat en Puerto Colombia, Atlántico con la construcción de 15 viviendas para población vulnerable con una inversión de 567 millones de pesos.



Finalizamos el proyecto de Mejoramiento del Hábitat en la Fundación para el Anciano Abandonado en Cali, beneficiando a 100 adultos mayores.



Realizamos la Gran Feria de Capacitación Internacional (Colombia y Perú), logrando 160.000 visitantes, 136 capacitaciones y 78 marcas participantes.



Contamos con 12.000 especialistas inscritos en nuestra plataforma de formación virtual en la plataforma digital de Academia Constructor.



Lanzamos el protocolo de atención incluyente con el objetivo de transmitir los valores corporativos REIR, especialmente el respeto y la integridad, en las instalaciones Sodimac Colombia





## Ambientales



Recibimos la certificación ISO:14001 para todas las 40 tiendas a nivel nacional.



Obtuvimos la medición de la Huella de Carbono alcance 1 y 2 con certificación como Empresa Carbono Neutro otorgada por ICONTEC.



Disminuimos el consumo de energía en 22 miles de millones de Kw/H anualmente.



## Reconocimientos

- Alcanzamos la posición número 9 de 15 en el Ranking Nacional de Empresas Incluyentes del Centro Nacional de Consultoría.
- Nos fue entregado el reconocimiento Incluye por nuestras prácticas en inclusión laboral.
- De 100.000 jóvenes, 700 empresas, en 13 países parti-

- cipantes, obtuvimos el reconocimiento de Employers For Youth (EFY) de First Job por destacarnos entre las mejores empresas que ofrecen oportunidades laborales a los jóvenes.
- Alcanzamos el Top 10 de Empresas Comprometidas con las Juventudes Iberoamérica, otorgado por la Organización Internacional de Directivos de Capital Humano (DCH) y Organismo Internacional de la Juventud (OIJ).

## Nuestros centros de distribución

Para garantizar que nuestra operación sea efectiva y eficiente, la logística de la compañía está compuesta por tres centros de distribución y una plataforma crossdocking, en la que recibimos, consolidamos y distribuimos la mercancía a todos los almacenes a nivel nacional y a nuestros clientes que compran a través de nuestros canales digitales. Nuestros centros de distribución están ubicados en el departamento de Cundinamarca y nuestra plataforma crossdocking en Girardota, Antioquia.

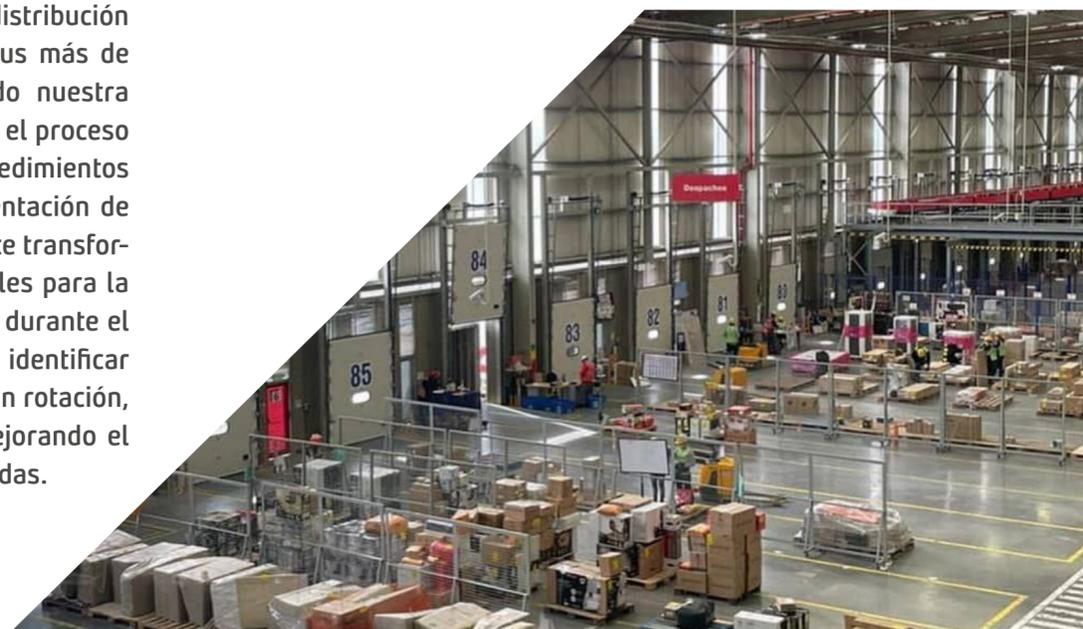
Pensando en dar una respuesta ágil y efectiva a las necesidades de nuestros clientes, trabajamos en la innovación y en el fortalecimiento de nuestra cadena de abastecimiento integrando adecuadamente nuestros canales de venta, digital y físico. Para ello, hemos automatizado procesos, generado redes más ágiles, que otorgan herramientas innovadoras de operación a nuestros colaboradores en el centro de trabajo y utilizan la inteligencia artificial para mejorar nuestra capacidad de respuesta. A continuación, presentamos cómo cada uno de nuestros centros de distribución ha venido implementando estos procesos y herramientas para avanzar en la transformación digital y así aumentar nuestra efectividad y eficiencia en el área logística de nuestra compañía.

**Cedis Funza:** contamos con el centro de distribución más grande y moderno del país, gracias a sus más de 80.000 metros cuadrados. Hemos fortalecido nuestra operación con innovación tecnológica como es el proceso de robotización del centro para optimizar procedimientos internos y facilitar la gestión con la implementación de un sistema GTP (*Good to Person*), el cual permite transformar las estanterías fijas por estanterías móviles para la zona de alistamiento de productos. Asimismo, durante el año trabajamos con inteligencia artificial para identificar y clasificar adecuadamente los productos según rotación, disminuyendo los tiempos de operación y mejorando el proceso de abastecimiento hacia nuestras tiendas.

**Cedis Caplan:** Contamos con un nuevo Centro de Distribución Camión Plano en el municipio de Madrid, Cundinamarca. Allí recibimos, consolidamos y distribuimos productos importados y nacionales a todas las tiendas a nivel nacional, especialmente productos para Patio Constructor. Este Centro de Distribución facilita los procesos logísticos, para que a través de una operación moderna se logre atender mejor a nuestros clientes del segmento de la construcción.

**Cedis VAD:** el Centro de Distribución de Venta a Distancia (VAD) opera para atender las entregas de nuestros clientes call center, página web y App Homecenter. Se encuentra ubicado en el municipio de Tenjo, Cundinamarca. Su implementación responde a la necesidad de movilizar el canal de venta a distancia, así como mejorar el servicio en las entregas completas y a tiempo, los cuales son factores que promueven experiencias memorables para nuestros clientes virtuales.

El direccionamiento estratégico y la innovación implementada en el Cedis VAD, permiten que la compañía cuente con un diseño operacional y sistémico que genera integración de transferencia entre centros de distribución y tiendas, que le facilita a nuestros clientes decidir si recogen sus productos en tienda o prefieren que le sean enviados a su hogar. De esta manera el centro de distribución es un referente a nivel logístico en el canal online.





## Centros de distribución

### CD Madrid

- 32.000** M<sup>2</sup> totales construidos.
- 11** Muelles para recibo de proveedores y transferencias.
- 970** Posiciones de picking de estantería.
- 21** Muelles para despachos urbanos y nacionales.
- 424** Posiciones de reserva con capacidad para 14.767 pallets.
- 3** Áreas de almacenamiento (reserva a piso, estanterías y cantilever).
- 4** Muelles para despacho de domicilios.
- 380** Ubicaciones de Picking para Ventas a Distancia.

### CD Tenjo

- 19.561** M<sup>2</sup> totales construidos.
- 12** Muelles para recibo de proveedores y transferencias.
- 12** Mallas para aislamiento de rutas de despachos.
- 12** Muelles para despachos urbanos y nacionales.
- 14.832** Posiciones de reserva.
- 6** Áreas de almacenamiento.

### CD Funza

- 87.378 m2** M2 cuadrados totales construidos.
- 165** Muelles de cargue y descargue.
- 77.500** Posiciones en reserva.
- 6.499** Posiciones en multinivel.



### Call center

Llamadas atendidas en 2021

**734.579**

\$15.460.509.385 COP  
Ventas por Whatsapp

Total ventas en call center 2021 \$ 94.948 mil millones

### Call center

Trabajamos para facilitarle a nuestros clientes el contacto con nuestros servicios y formas de compra a través de nuestro propio call center. Durante 2021, continuamos trabajando desde casa y nos especializamos para atender de manera oportuna las necesidades de cada estilo cliente. Desarrollamos a través de la línea telefónica mejores estándares de servicio y le dimos facilidad a nuestro cliente de contar con un asesor especializado para su compra a través de nuestro canal de WhatsApp.

También, realizamos desarrollos en nuestro sistema de audio respuesta IVR (por sus siglas en inglés Interactive Response Unit), lo que nos permitió segmentar a nuestro cliente desde el inicio de la llamada, direccionándolo a un asesor experto. Por último, desarrollamos sinergias con nuestras tiendas con el objetivo de acelerar y mejorar la atención de nuestros clientes, logrando crecimiento en la atención y ventas record para el canal.

### Cientes de Alto Valor

En el último trimestre del año liberamos el proyecto "Clientes de Alto Valor", el cual permite identificar desde el sistema de audio respuesta IVR a nuestros clientes más valiosos para brindarles una atención excepcional y diferencial, pues son atendidos por asesores especializados con tiempos de respuesta más cortos.



LÍNEA VENTA TELEFÓNICA

**01 8000 12 73 73**



LÍNEA CONSTRUCTOR  
COMPRE DESDE SU OBRA

**#689**

## Nuestros canales de venta

### Retail

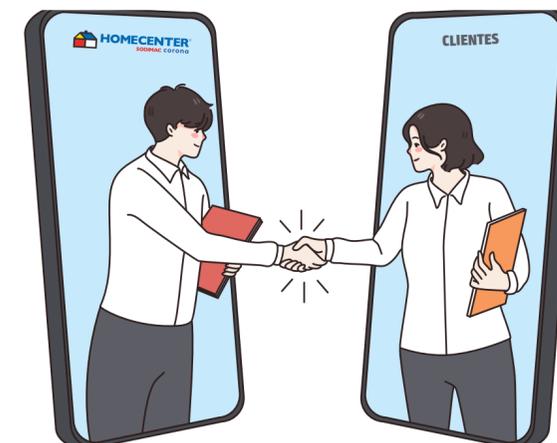


## Integración de canales

Innovamos constantemente para otorgar una mejor experiencia a nuestros clientes. Así como los mejores productos y servicios del mercado.

Desarrollamos un conjunto de aplicaciones para fortalecer el vínculo con nuestros clientes a través de todos los canales de venta. Esto nos permite ofrecer promociones flexibles, novedosas y dirigidas a las necesidades de cada tipo de consumidor, y así garantizar la mejor experiencia de compra.

En 2021, continuamos fortaleciendo la transformación digital de nuestro negocio, innovando ágilmente en todos nuestros canales de venta físicos, así como digitales, y en automatizar nuestros procesos internos, como parte de nuestra estrategia para ofrecer mejores opciones de productos y servicios a nuestros clientes. Nuestra estrategia se basa en tomar decisiones pensadas en la información del viaje de compra de los clientes así como en el uso de inteligencia artificial y analítica de datos para optimizar procesos al interior de nuestra compañía.



## Nuestros productos y servicios

Contamos con 2.986 categorías de productos, 27 familias con más de 157.000 referencias, que hacen parte de nuestros 5 departamentos: Materiales de Construcción, Ferrería, Terminaciones, Hogar y Jardín.

A través de la venta a empresas proporcionamos un completo surtido multimarcas al sector empresarial del país, lo que nos convierte en un aliado efectivo y estratégico.

Por medio de nuestras tiendas físicas y demás canales de venta digital ofrecemos un amplio portafolio de productos y servicios, que le permite a nuestros clientes encontrar todo lo que necesitan para cumplir sus sueños de construcción, remodelación y decoración.

Destacamos especialmente que durante el 2021 trabajamos para ofrecer soluciones completas a nuestros clientes, teniendo en cuenta el impacto de pandemia por el Covid-19 en su segundo año, dentro de nuestra operación. El portafolio de servicios se amplió basado en el alcance presencial y digital que pudimos tener en el año, así mismo en dar opciones de acompañamiento y asesoría integral para los proyectos de nuestros clientes.

Ejemplo de ello son las asesorías virtuales para proyectos en donde generamos una videollamada, entendemos las necesidades puntuales del cliente, analizamos el espacio de manera remota, acompañamos el proceso de medición y construimos una propuesta a través de visualización tridimensional del espacio, la cual posteriormente llegará al cliente con una cotización completa de los productos requeridos para la renovación.

También desarrollamos el servicio de desinfección de superficies y continuamos ofreciendo el servicio para automóviles, estos como una opción para minimizar riesgos de contagio en ambientes habitados frecuentemente, con el objetivo de dar a nuestros clientes un servicio pensado para el cuidado de la salud.

# Productos



# Servicios

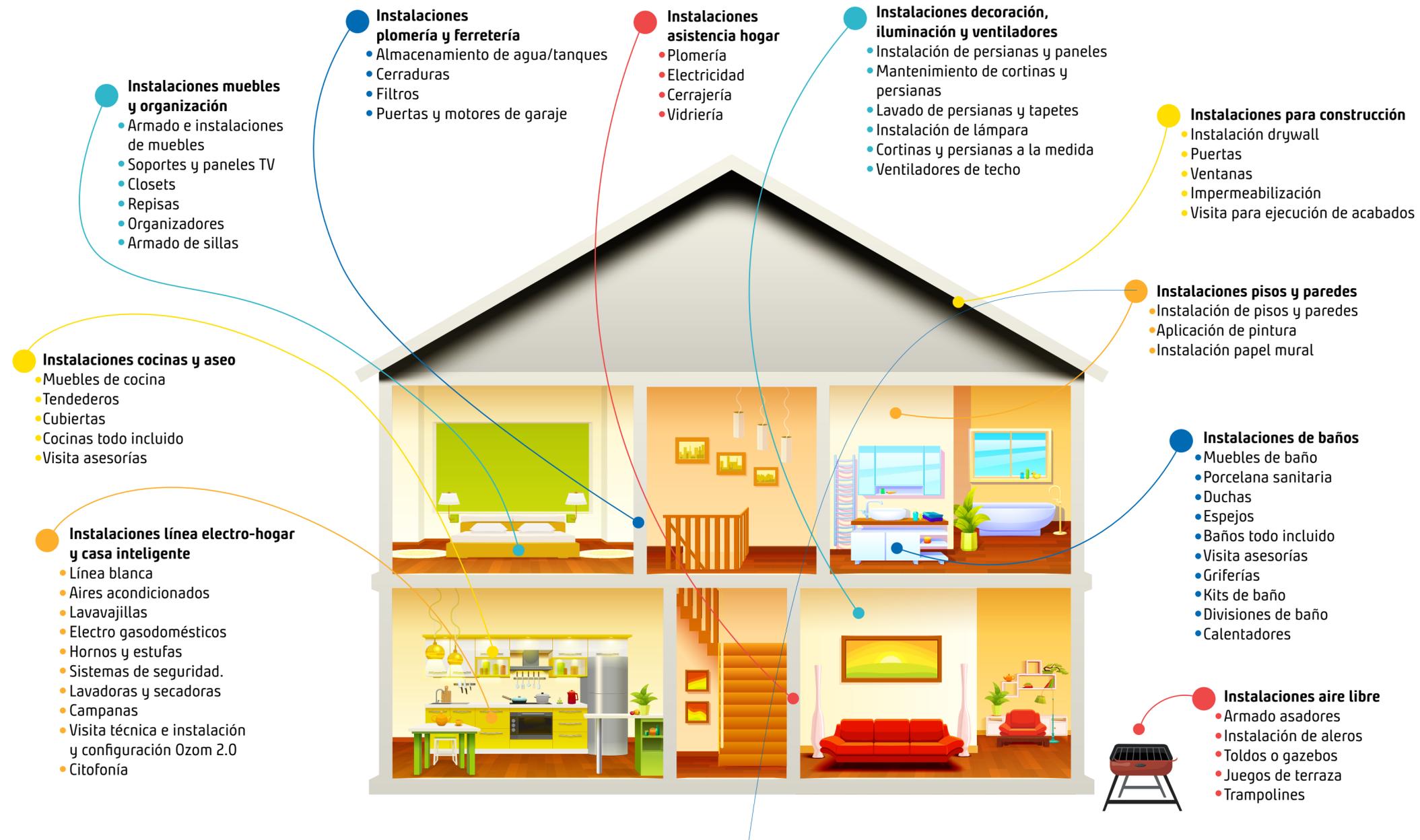


## Instalaciones

En conjunto con los clientes construimos propuestas funcionales y estéticas, que se ajustan a sus presupuestos, pensando siempre en que tengan una experiencia memorable y puedan hacer realidad sus proyectos de mejoramiento de hogar y construcción. Por esto, ampliamos en

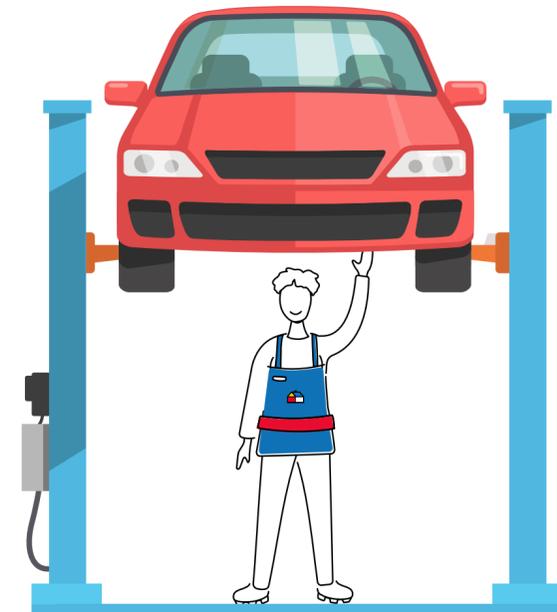
el 2021 nuestro portafolio de servicios de instalación garantizando a nuestros clientes una oferta completa que responde a sus necesidades, teniendo en cuenta los protocolos de bioseguridad para el cuidado de la salud en medio de la coyuntura por Covid-19 en su segundo año.

Contamos con **54** proveedores a nivel nacional en el portafolio de servicios.



## Car Center

Los Car Center son espacios que hemos diseñado para el cuidado y mantenimiento de los vehículos. Le brindamos a nuestros clientes productos y servicios de alta calidad, con personal especializado y todas las especificaciones técnicas requeridas. Al cierre del 2021 contamos con 32 Car Centers a nivel nacional.



- Alineación.
- Balanceo.
- Cambio de aceite.
- Lavado y polichado con opción de desinfección para auto, moto y bicicleta.
- Montaje de llantas.
- Instalación de baterías.
- Instalación de plumillas.
- Seguridad: revisión viajera.
- Equipamiento y accesorios.
- Mantenimiento de aire acondicionado.
- Venta de seguros SOAT.

# Comprometidos con la Sostenibilidad



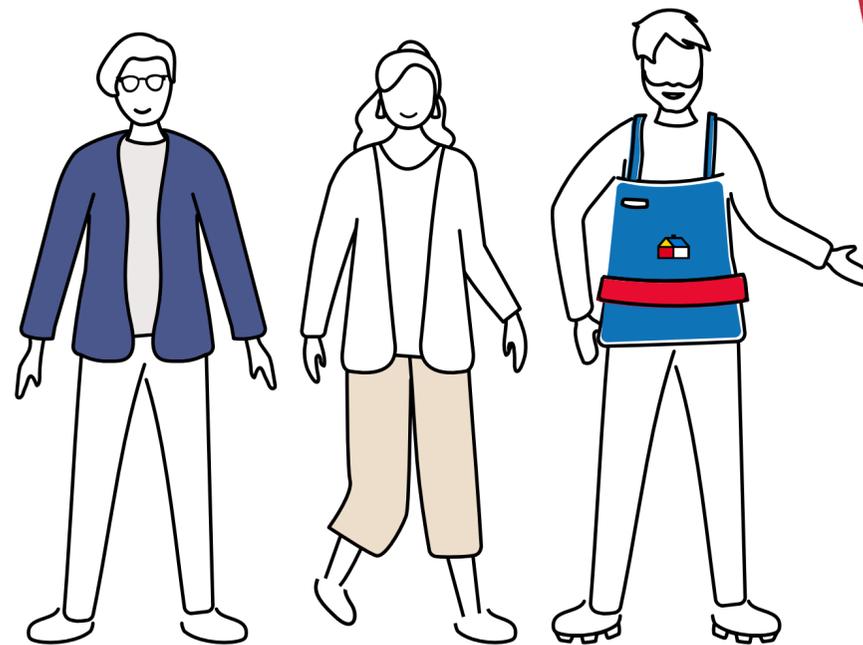
*Siendo fieles a nuestros valores institucionales y a los de nuestros accionistas, en Sodimac Colombia trabajamos para que dentro de las diferentes áreas de la empresa se viva la gestión de la sostenibilidad. Para lograr esto, desarrollamos iniciativas y programas con impactos positivos para todos nuestros grupos de interés en lo económico, social y ambiental. Midiendo los riesgos y evaluando los impactos derivados de nuestra operación para lograr una gestión integral. Adaptándonos e innovando en escenarios altamente cambiantes y con grandes desafíos.*



Además, evaluamos el progreso de la compañía en este aspecto, alineados a los más altos estándares internacionales:

- La Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social, de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Los Principios Rectores sobre Empresa y Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible desarrollados por la ONU.
- Las Directrices para empresas multinacionales de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).
- La Norma de Responsabilidad Social de la ISO 26000.

Contamos con un modelo de responsabilidad social, el cual está soportado en seis pilares, que nos permite responder a estas directrices, a nuestro compromiso como compañía y al impacto que generan nuestras actividades económicas, sociales y ambientales.



## Alcance y elaboración de nuestro reporte de sostenibilidad

El presente informe cubre los resultados de todas las actividades realizadas en el año 2021 para aportar de forma positiva a la construcción y el mejoramiento de los seis pilares de nuestro modelo de responsabilidad social. Así mismo, mitigar los impactos negativos que se puedan derivar de nuestra operación, y en este se refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad. Esta novena versión presenta la gestión realizada entre el 1 enero de 2021 y el 31 de diciembre del 2021, en las ciudades en donde operamos como compañía.

En este documento se plantea como objetivo detallar y dar a conocer de forma transparente las actividades desarrolladas en dicho período a nivel económico, social y ambiental, comunicando adecuadamente la gestión con cada uno de los grupos de interés con los que interactuamos, buscando robustecerla.

Para la elaboración del presente reporte de sostenibilidad adoptamos la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión estándar, verificada por Deloitte, firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad.

## Comité de Sostenibilidad

Para cumplir con nuestros objetivos, contamos con un comité de sostenibilidad, en el cual se trabaja para fortalecer nuestras estrategias. El equipo está conformado por un grupo interdisciplinario, liderado por el Gerente General de la compañía. En él se analiza desde las diferentes áreas cómo mejorar los procesos de la cadena de abastecimiento, haciéndolos más responsables. Además, desarrollamos y evaluamos los compromisos adquiridos con nuestros grupos de interés, así como los proyectos o programas que se están realizando en el marco de la gestión de la sostenibilidad.

### Funciones del comité

- Dar lineamientos al interior de sus áreas para asegurar la implementación de las iniciativas y programas que propenden por una gestión sostenible de la compañía.
- Proponer programas, planes o iniciativas en temas relacionados con sostenibilidad (económica, social y ambiental), así como la definición de las respectivas estrategias.
- Garantizar la movilización de los proyectos propuestos en cada una de sus áreas para asegurar el cumplimiento de los objetivos y grandes promesas.
- Dar cumplimiento a la Política de Responsabilidad Social de Sodimac Colombia S.A. y proponer las actualizaciones que sean necesarias.
- Realizar el seguimiento al cumplimiento a los compromisos con las partes interesadas y del plan de sostenibilidad.



#### GERENCIA GENERAL

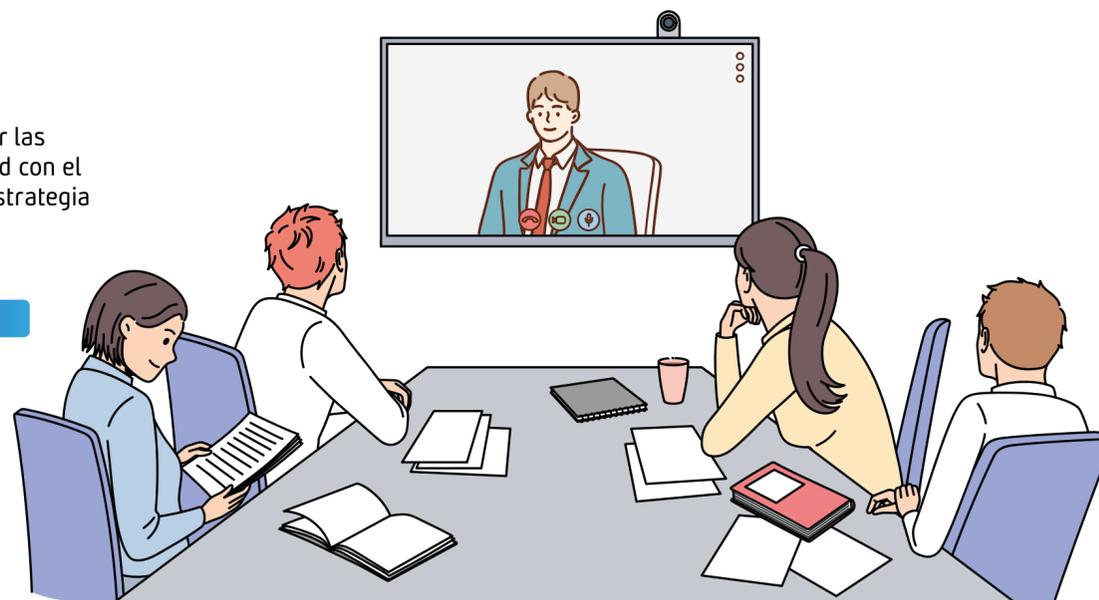
- Preside el Comité.
- Será el encargado de dirigir y aprobar las iniciativas del Comité de Sostenibilidad con el fin de garantizar el desarrollo de la estrategia sostenible de la compañía.

#### GERENCIA DE PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Gerencia de Operaciones\*  
Gerencia Comercial\*  
Gerencia de Logística\*  
Gerencia Financiera\*  
Gerencia de Tecnología  
Gerencia de Auditoría Interna  
Gerencia de Desarrollo\*

- Revisar la viabilidad de las iniciativas y proyectos propuestos y garantizar que sus equipos ejecuten las decisiones tomadas en materia de sostenibilidad.
- Proponer programas que fortalezcan la gestión sostenible de la compañía.

\* Asistirá solo cuando sea necesario de acuerdo con los temas que se trate en el comité.



#### JEFATURA DE GESTIÓN AMBIENTAL

- Asegurar la ejecución de las iniciativas en materia ambiental en oficinas y tiendas de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Comité.

#### JEFATURA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Asegurar la ejecución de las iniciativas en materia de responsabilidad social en oficinas y tiendas de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Comité.
- Llevar la secretaría técnica del Comité y la custodia de las actas firmadas.

Este Comité también revisa, opera y coordina los temas de sostenibilidad en coordinación y alineación con la Organización Corona y Sodimac. Además, debe contemplar:



#### Responsables

- Gerencia de Personas y Responsabilidad Social
- Jefatura de Responsabilidad Social

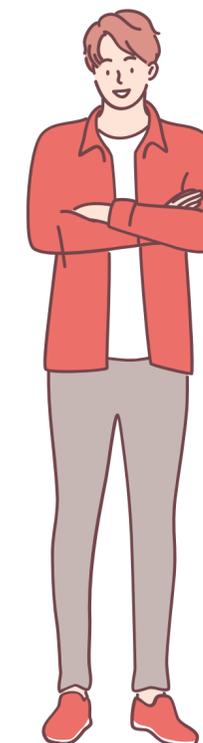


#### Periodicidad de reunión

Reunión trimestral

#### Temas para tratar

- ✓ Estrategia de Responsabilidad Social.
- ✓ Plan de sostenibilidad.
- ✓ Alineación a estándares internacionales (ISO 26.000, GRI, Pacto Global, entre otros).
- ✓ Proyectos corporativos en Latinoamérica.
- ✓ Seguimiento a los procesos de rendición de cuentas frente a grupos de interés.
- ✓ Reporte de Sostenibilidad de la compañía.
- ✓ Indicadores de Sostenibilidad.
- ✓ Inversión social.



# Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Nuestra gestión en todas las áreas de la compañía está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Para determinar esta alineación, realizamos un proceso de priorización de los objetivos de sostenibilidad, a partir de la Guía para la Acción Empresarial en los ODS, documento desarrollado por el Global Reporting Initiative (GRI), el Pacto Global de las Na-

ciones Unidas y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Una vez asumida la agenda, asociamos los objetivos con los seis pilares de nuestro modelo de responsabilidad social, definiendo los diferentes compromisos para el adecuado desarrollo de nuestras iniciativas y programas.

Definimos cuatro objetivos primordiales para la operación de la compañía entre 18 metas propuestas. Para el 2021, en especial, continuamos trabajando el objetivo 3 (Salud y Bienestar), que refleja los esfuerzos realizados para garantizar la salud y el bienestar de nuestros grupos de interés a lo largo de toda la cadena de suministro por la coyuntura presentada por el Covid-19 y su impacto en nuestra operación.

Los siguientes capítulos presentan en detalle la contribución de Sodimac a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo que incluye acciones e impactos que reflejan los objetivos de desarrollo sostenible implementados en nuestra gestión económica, social y ambiental. Para definir la contribución de las actividades de nuestra operación definimos:



- 3 SALUD Y BIENESTAR**  
Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**  
Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES**  
Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES**  
Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- 13 ACCIÓN POR EL CLIMA**  
Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.



Tomando en cuenta lo anterior, en Sodimac Colombia aportamos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de una serie de programas, procesos e iniciativas, definidos por el trabajo interdisciplinario. A continuación, se presenta cómo fueron trabajados los objetivos al interior de la compañía.

ODS	Declaración	Programas/Procesos/Herramientas
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	<p><b>Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades</b></p>	<p>Digitalización de diferentes canales de atención a los clientes.                      Digitalización de diferentes canales de atención a los proveedores.                      Adopción de medidas de bioseguridad en las tiendas y programa de vacunación en alianza con el gobierno.                      Campañas de concientización a los colaboradores y sus familias sobre el cuidado de la salud física y mental.                      Actividades administrativas en modalidad remota y modalidad híbrida.                      Actividades de índole recreativo, emprendimiento familiar, asesorías psicológicas.                      Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST).                      Comité Local de Seguridad y Salud en el Trabajo (COLOSST).                      Comité de Convivencia.                      Comité de Ética.                      Revisión de buenas prácticas sostenibles en proveedores de Asia (Factory Audit).                      Diálogo social - Sintra Sodimac (Sindicato de Trabajadores Sodimac) y SintraHome-center.                      Escuela de Excelencia Sodimac.                      Generación de empleo de calidad.                      Programa de inclusión laboral.                      Workplace de Facebook.                      Programa de calidad de vida laboral.                      Relaciones laborales y colectivas.                      Plataforma colaborativa para cadenas de suministro responsables (SEDEX).                      Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.                      Plan de beneficios a colaboradores "Sodimac Conmigo".                      Plan de asesorías a colaboradores "Vive + Vive Mejor".                      Política e iniciativas de Diversidad e Inclusión.                      Protocolo de atención a clientes en temas de diversidad.</p>
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p><b>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</b></p>	<p>Ahorro y uso eficiente de la energía y el agua.                      Ahorro de bolsas plásticas.                      Monitoreo de la huella de carbono.                      Mitigación y compensación de la huella de carbono.                      Intervenciones en programa Mejoramiento del Hábitat.                      Donación de vueltas.                      Paneles solares en la tienda de Mosquera.                      Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR).                      Programa Posconsumo.                      Soy Voluntario Sodimac.                      Tiendas LEED transporte y logística.</p>
 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p><b>Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles</b></p>	<p>Ahorro y uso eficiente de la energía.                      Ahorro de bolsas plásticas.                      Auditorías y testeos de los productos.                      Monitoreo de la huella de carbono.                      Mitigación y compensación de la huella de carbono.                      Revisión de buenas prácticas sostenibles en proveedores de Asia (Factory Audit).                      Paneles solares en la tienda de Mosquera.                      Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR).                      Programa Posconsumo.</p>
 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p><b>Garantizar modalidades de consumo y protección sostenibles</b></p>	<p>Ahorro y uso eficiente de la energía.                      Ahorro de bolsas plásticas.                      Monitoreo de la huella de carbono (Casa ECO).                      Transporte sostenible y logística eficiente.                      Paneles solares en la tienda de Mosquera.                      Siembra de árboles.                      Sistema de Gestión Ambiental.                      Tiendas LEED transporte y logística.</p>
 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p><b>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos</b></p>	



### Materialidad

Cada año identificamos los asuntos que guían nuestra gestión de la sostenibilidad usando la versión estándar de la metodología Global Reporting Initiative (GRI). En el año 2021, nos basamos en los resultados del año inmediatamente anterior para hacer un diagnóstico a nivel corporativo y actualizar todos los temas materiales de nuestra gestión. Entre los aspectos que revisamos estuvieron el cerrar brechas en la gestión, los cambios del sector retail, los requerimientos surgidos a partir de la pandemia del Covid-19 y los retos digitales. Pudimos identificar oportunidades de mejora y buenas prácticas a seguir en el corto, mediano y largo plazo. En el 2022, con el objetivo de fortalecer la identificación de oportunidades de mejora al igual que los temas estratégicos de la operación, realizaremos un ejercicio con nuestros grupos de interés a fin de incorporar diferentes perspectivas que puedan enriquecerlo. A continuación, presentamos el proceso de actualización de la materialidad y describimos cada asunto relevante en la medición de la gestión de la sostenibilidad.

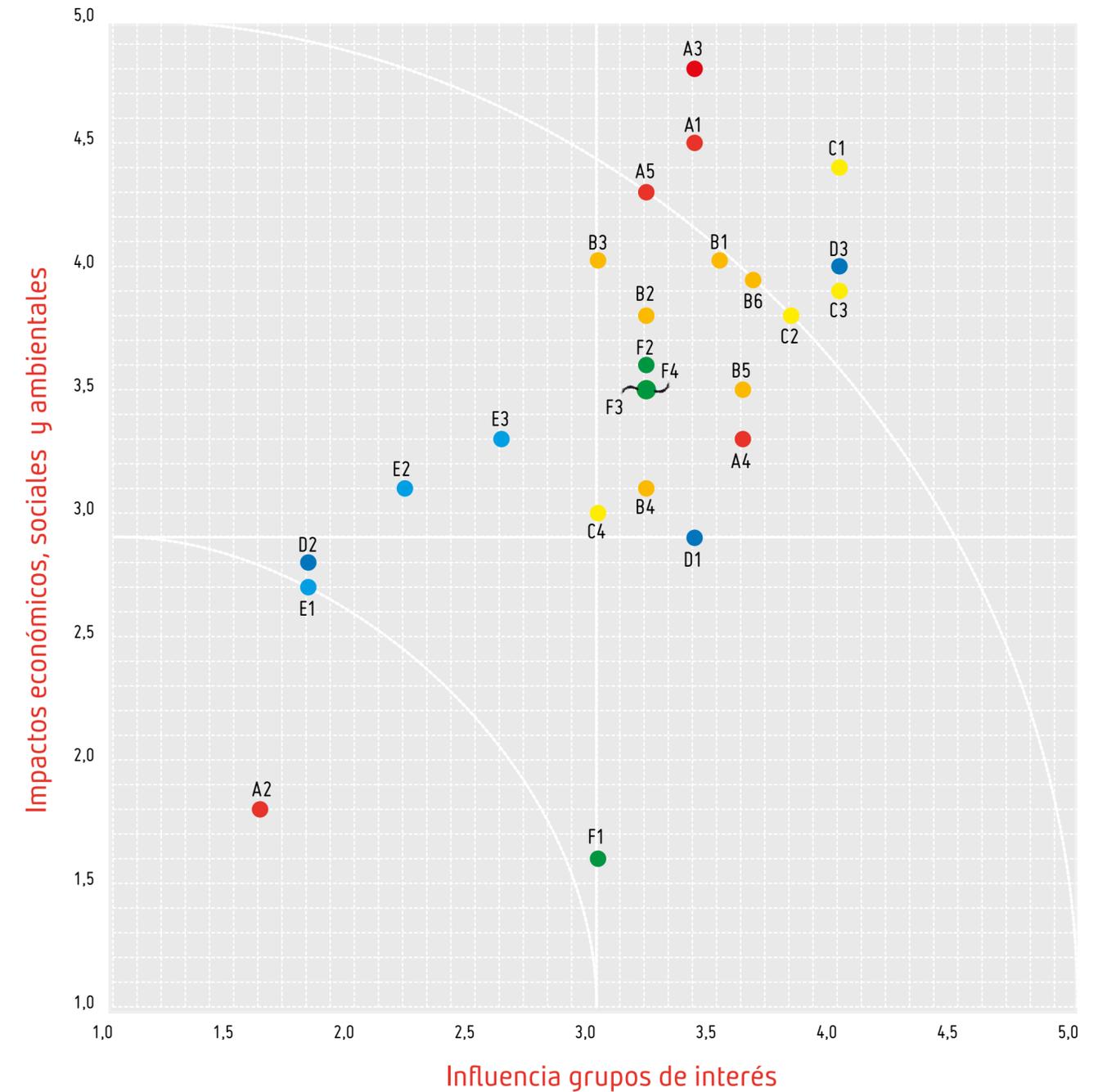
### Etapas del proceso de actualización de materialidad



Pilares Sodimac Colombia	Ámbitos desagregados	
<b>A</b> Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	A1	Innovación y desarrollo
	A2	Ética y anticorrupción
	A3	Derechos humanos
	A4	Transformación digital
	A5	Protección de datos y ciberseguridad
<b>B</b> Colaboradores	B1	Empleo y clima
	B2	Cultura
	B3	Diversidad e inclusión
	B4	Formación y desarrollo
	B5	Diálogo social
	B6	Salud y seguridad
<b>C</b> Marketing y comercio responsable	C1	Experiencia del cliente
	C2	Salud y seguridad de productos
	C3	Economía circular y consumo responsable
	C4	Ética publicitaria
<b>D</b> Desarrollo de proveedores comerciales	D1	Gestión sostenible de proveedores (SEDEX y programas en RS a proveedores)
	D2	Satisfacción del proveedor (selección y contratación, encuestas de satisfacción al proveedor, evaluación)
	D3	Emprendimiento local y sostenible (proveeduría social, relacionamiento con empresas locales y negocios inclusivos)
<b>E</b> Contribución a la comunidad	E1	Inversión social
	E2	Gestión del entorno
<b>F</b> Medioambiente	F1	Cambio climático
	F2	Ecoeficiencia operacional
	F3	Residuos y circularidad
	F4	Logística sostenible

### Matriz priorización de asuntos materiales

Después de identificar los asuntos materiales relevantes para nuestra compañía, se realizó una matriz de priorización.



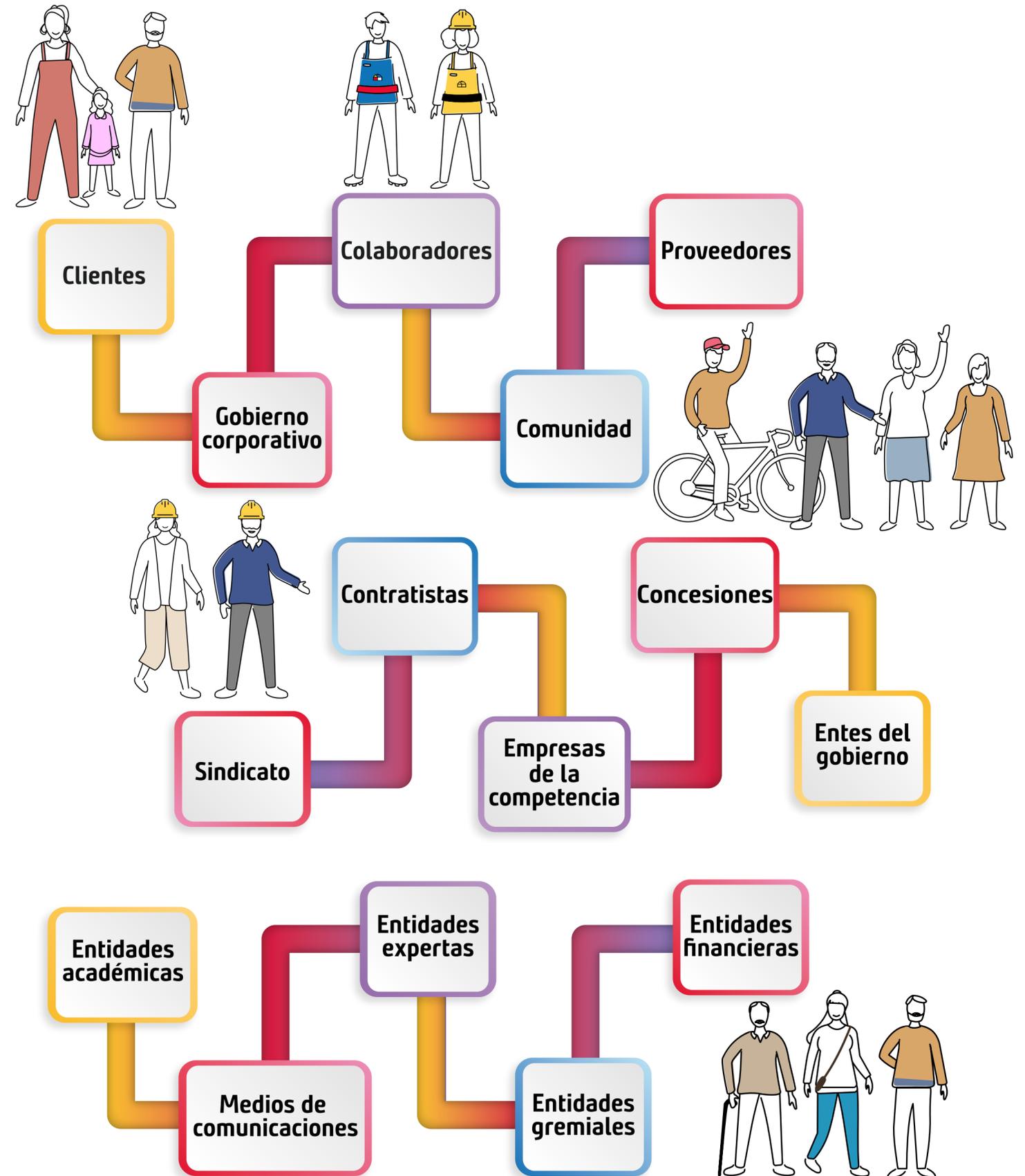
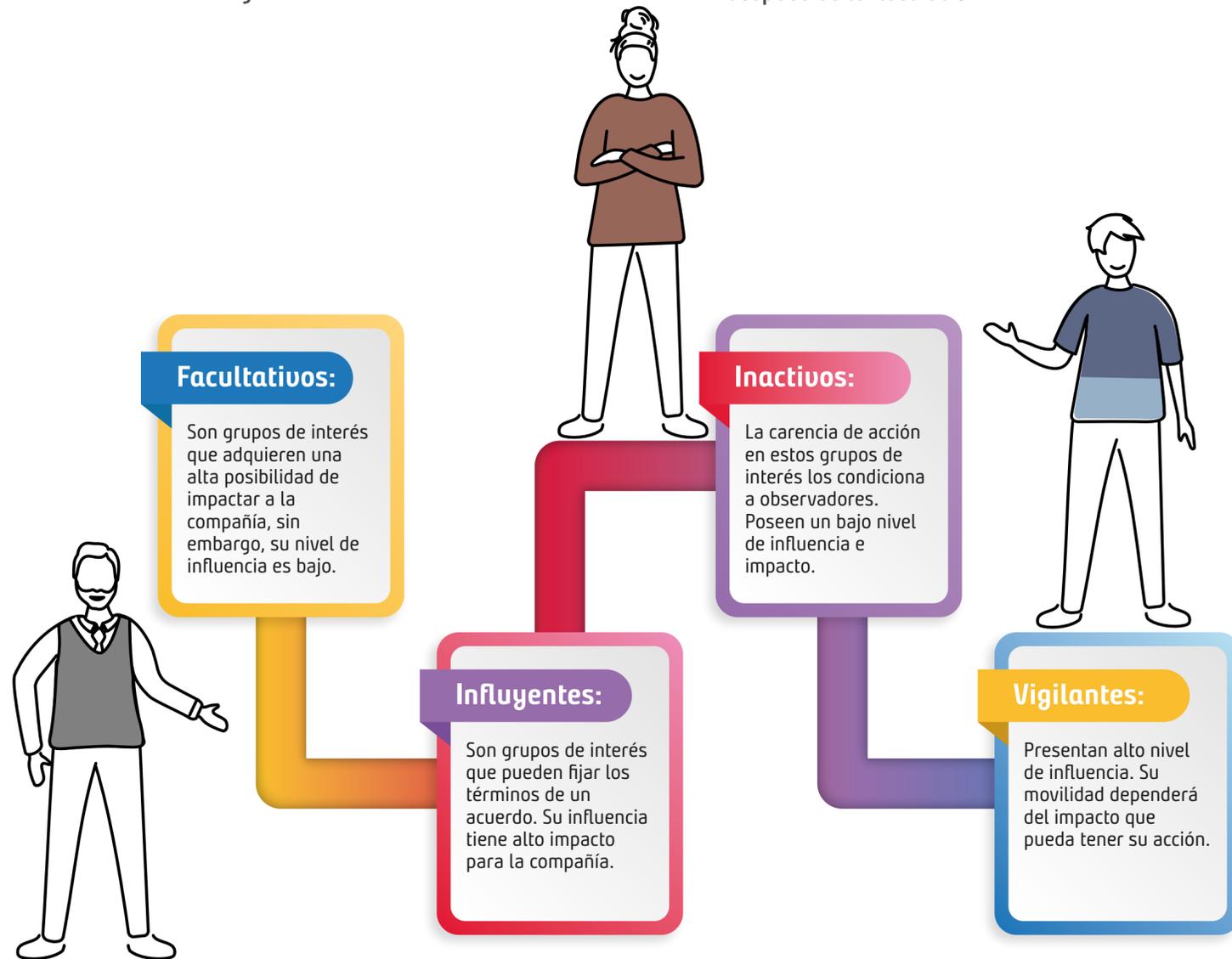
- A** Gobierno Corporativo y Ética empresarial.
- D** Desarrollo de proveedores comerciales.
- B** Colaboradores.
- E** Contribución a la comunidad.
- C** Marketing y Comercio Responsable.
- F** Medio ambiente.

## Nuestros grupos de interés

Trabajamos diariamente en fortalecer nuestra gestión de sostenibilidad. Buscamos construir y reforzar vínculos sustentables en el tiempo, alineados con la responsabilidad y la transparencia que nos identifica hacia el público relacionado con la compañía. Asimismo, nos anticipamos a responder a las posibles consecuencias de las decisiones y actividades propuestas que generan impacto tanto positivos como negativos en los grupos de interés.

Hemos identificado los grupos de interés de la compañía con base en los siguientes criterios:

- Agrupación con la cual tenemos responsabilidades legales, financieras u operativas.
- Probabilidad de influencia de dichos grupos en nuestro desempeño y afectación por la operación.
- Priorización a partir de la identificación, de acuerdo con el grado de influencia y dependencia de cada uno de ellos en la compañía.
- Agrupación en cuatro grupos: influyentes, facultativos, inactivos y vigilantes. Los cuales se describirán después de la ilustración.



# Comunicación para el relacionamiento con grupos de interés

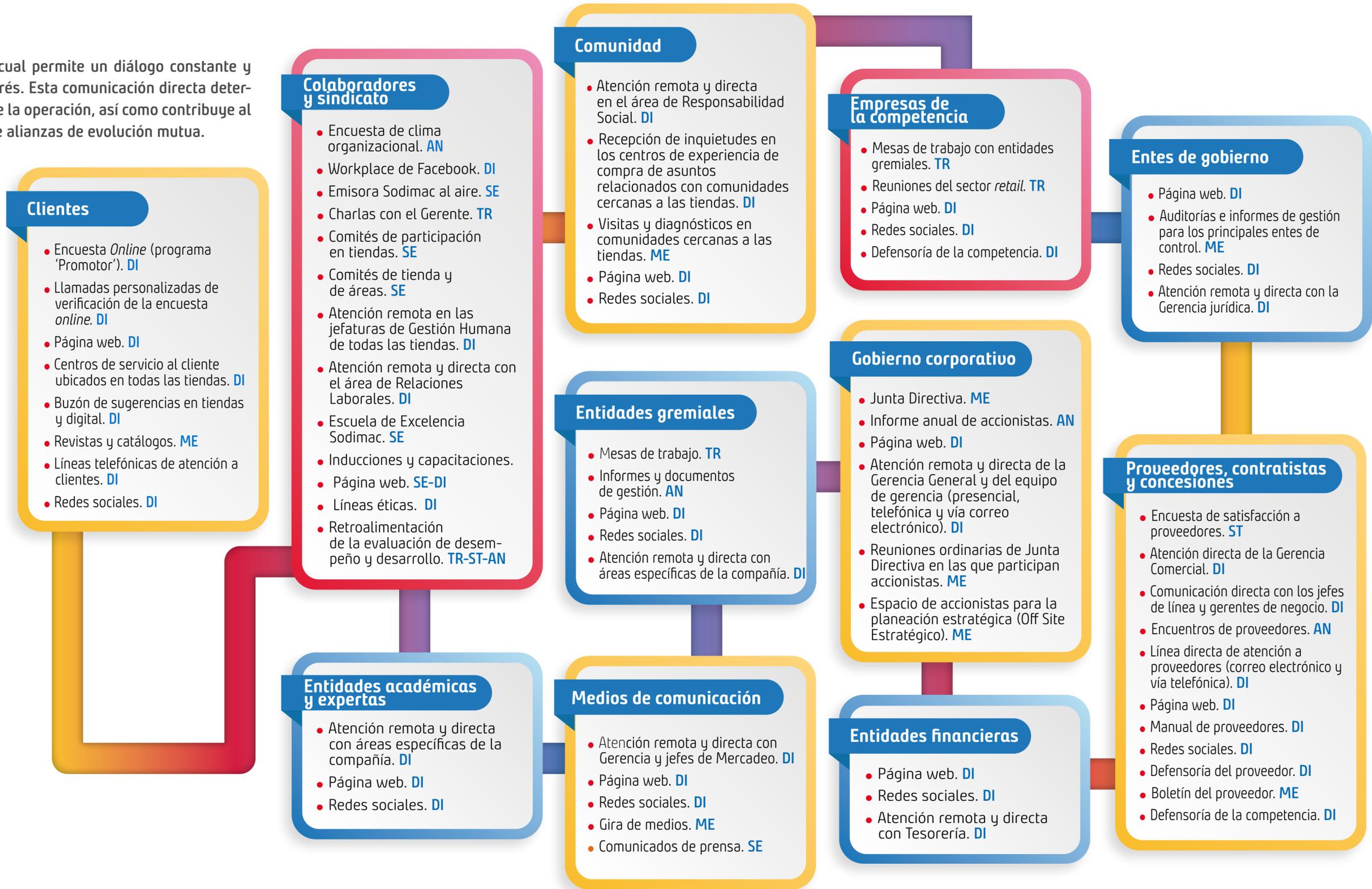
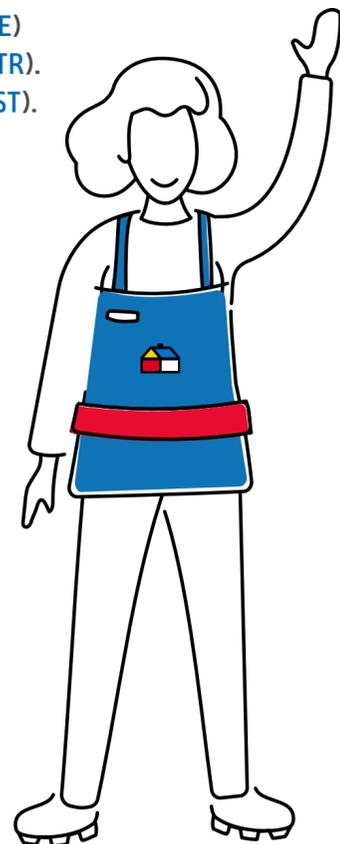
Realizamos un mapeo de relacionamiento, el cual permite un diálogo constante y fluido con cada uno de nuestros grupos de interés. Esta comunicación directa determina de mejor manera los riesgos e impactos de la operación, así como contribuye al crecimiento de todas las partes y la creación de alianzas de evolución mutua.

## Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés

### Frecuencia de relacionamiento

Para cada grupo de interés, identificamos el medio de relacionamiento y la frecuencia con la cual ocurre este contacto:

- Diaria (DI).
- Semanal (SE).
- Mensual (ME)
- Trimestral (TR).
- Semestral (ST).
- Anual (AN).





## Hitos de la Sostenibilidad

### Index de Sostenibilidad Sodimac

Consideramos que la medición y evaluación constante son fundamentales para la sostenibilidad de nuestra compañía. De esta manera, podemos evidenciar las buenas prácticas, oportunidades de mejora y tomar acciones que permitan fortalecer estas acciones sostenibles. Cada año, realizamos seguimiento de nuestra gestión por medio de un indicador estratégico, que señala el grado de alineación de las diferentes prácticas a nivel económico, social y ambiental, en los países donde la compañía tiene presencia. Esta evaluación corresponde a una iniciativa corporativa y es realizada por una entidad experta que se encarga de evaluar lo anterior basándose en:

- Principios del Pacto Global, de la ONU.
- Global Reporting Initiative (GRI).
- Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI, por sus siglas en inglés).

El último ejercicio realizado fue en el 2019, debido a la emergencia sanitaria por Covid-19. Para el 2021, retomamos la medición y logramos un resultado del 91%. Avanzamos 4 puntos en referencia los resultados de la última medición. Con el porcentaje alcanzado, podemos dar cuenta del grado de madurez en la gestión de la sostenibilidad y la integración de los temas económicos, sociales y ambientales en la compañía. Destacamos especialmente avances con nuestros proveedores en el desarrollo de iniciativas. Con respecto a la comunidad y el medio ambiente la gestión se mantuvo en cumplimiento del 100%. Entre los temas a trabajar para el año 2022, hemos definido planes de acción para el ámbito de gobierno corporativo, trabajadores, clientes y proveedores con el objetivo de mejorar prácticas que aún requieren fortalecerse.

### Plan de sostenibilidad

Teniendo en cuenta los resultados del Index en 2019, desarrollamos un plan de acción que trabajamos en 2020 y 2021. Especialmente, durante el 2021 logramos retomar proyectos detenidos durante la emergencia sanitaria y lo-

gramos cumplir con el 98% del plan de acción definido. La meta para el 2022, será trabajar las brechas que fueron identificadas en el ejercicio del Index para continuar con una gestión integral de la sostenibilidad.

## Gestión Integral de Riesgos 2021

En Sodimac Colombia estamos comprometidos con el desarrollo sostenible. Por esta razón, trabajamos en estrategias para monitorear y gestionar los riesgos que se derivan de nuestra operación. Teniendo en cuenta factores económicos, políticos y sociales, así como una evaluación periódica sobre el impacto para la compañía de cada riesgo identificado.

Para reducir el impacto de los principales riesgos a nivel mundial, como fueron los ataques cibernéticos, la crisis en la cadena de desabastecimiento y el descontento social que ha llevado a las manifestaciones, se definieron planes de mitigación para darle continuidad a la operación de la compañía.

En primer lugar, la compañía cumplió con toda la normatividad para prevenir el riesgo de contagio del covid-19, exigiendo el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad con todos los grupos de interés y con todas las actividades así como las jornadas de vacunación a empleados, familias y proveedores..

En segundo lugar, contamos con diferentes espacios para monitorear la ejecución de los planes de acción definidos, con el fin de mitigar los riesgos del año, como lo son: el comité de riesgos y cumplimiento mensual, el comité de auditoría y riesgos y la Junta Directiva, donde se presenta el informe de gestión de la Gerencia de Riesgos y Cumplimiento de manera trimestral.

En tercer lugar, como parte del Programa de Ética Empresarial de Anticorrupción y Soborno, realizamos campañas a todas/os las/os colaboradoras/es con el fin de fortalecer el conocimiento y el cumplimiento de los valores corporativos que garanticen el actuar con honestidad y transparencia en todo momento. Dando cumplimiento a nuestro programa de ética empresarial en cuanto a:

- La capacitación anual de los colaboradores.
- La actualización de la Matriz de Riesgos.
- El monitoreo de señales de alerta en la vinculación de clientes.
- La evaluación de conflictos de interés de colaboradores que realizan trámites públicos.
- El despliegue a los proveedores y contratistas del Manual de Cumplimiento actualizado y el código de ética ratificando su compromiso de actuar éticamente.



## Ciclos del Sistema Integral de Riesgos



De acuerdo a los lineamientos establecidos por la Superintendencia de Sociedades, hemos actualizado nuestro Sistema de Prevención de Lavado de Activos, implementando las siguientes actividades que impactan de manera importante en el trabajo con nuestros grupos de interés:

- Construcción de bases de datos de clientes y proveedores con los requerimientos exigidos incluyendo sus respectivos beneficiarios finales.
- Comunicado a terceros dando a conocer el sistema de prevención de lavado de activos implementado por la compañía para su conocimiento y cumplimiento.
- Actualización de la matriz de riesgos, incluyendo eventos asociados al financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva.

En el conocimiento de nuestras contrapartes cumplimos con los procedimientos de debida diligencia que nos permiten identificar factores de riesgo en el momento de la vinculación, evitando tener vínculos con personas o empresas relacionadas a los delitos de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (en adelante LA/FT/FPADM).

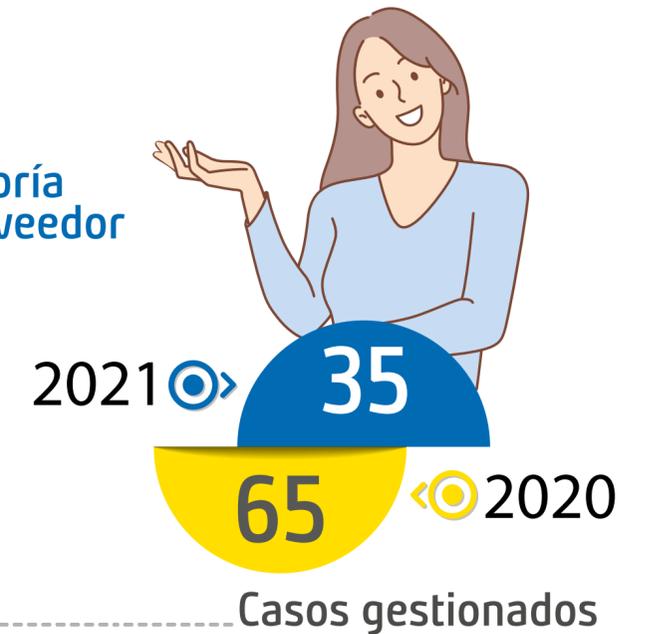
La compañía gestiona un acercamiento a proveedores, contratistas y clientes a manera de conocerlos, y así garantizar la confianza en nuestras relaciones comerciales. Esto se define así en nuestra política y procedimiento para la vinculación de personas que representen un riesgo para nuestra empresa.

Durante el año cumplimos con la normatividad vigente sobre reportes de transacción en efectivo y operación sospechosa, alineados con el proceso de debida diligencia y la respectiva normativa nacional. Esto lo logramos por medio de capacitaciones dirigidas a clientes y proveedores para identificar y resolver consultas que evitaran daños o pérdidas de posibles operaciones.

Por último, implementamos procesos y prácticas para minimizar el riesgo, monitoreando y consultando periódicamente las operaciones y los contratos que se realizaron a los principales agentes.



### Defensoría del proveedor



## Gestión de impactos en nuestra operación

Realizamos un análisis económico, social y ambiental de nuestra operación, para poder identificar los impactos positivos y negativos que generamos hacia todos nuestros grupos de interés para gestionarlos de manera oportuna.

Esto lo logramos con acciones que se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para ello se identifica, se prioriza, se valora y evalúa las acciones de nuestra gestión de sostenibilidad, con esto logramos innovar en nuestros procesos y nos adaptamos a las circunstancias del momento.

Objetivo	Declaración	Asunto material	Impactos (potenciales y reales / positivos y negativos)
 <b>Objetivo 1</b> Poner fin a la pobreza.	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	E1 Inversión social	○ Afectación a comunidades.
		E2 Impacto en la comunidad local	○ Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía.
		E3 Gestión de la Comunidad	○ Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones.
 <b>Objetivo 3</b> Buena salud	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	B6 Salud y seguridad laboral	○ Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo. ○ Adopción de protocolos y buenas prácticas para mitigar futuras pandemias y sus efectos.
		B7 Beneficios y compensación	○ Condiciones de trabajo y protección social.
		C3 Salud y seguridad del cliente	○ Testeos y revisiones de productos.
 <b>Objetivo 4</b> Educación de calidad	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	E1 Inversión social	○ Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. ○ Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía.
		B4 Formación y desarrollo profesional	○ Incorporar nuevas tecnologías y tendencias en los procesos de formación, así como adaptación digital de contenidos y programas.
 <b>Objetivo 5</b> Igualdad de género	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.	B3 Diversidad e inclusión	○ Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. ○ Política de Diversidad e Inclusión. ○ Sensibilizaciones al personal. ○ Plan de comunicación y lenguaje inclusivo. ○ Difusión de campañas y material publicitario para eliminar estereotipos en cuanto a los temas de diversidad e inclusión.
 <b>Objetivo 6</b> Agua limpia y saneamiento	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	F1 Agua	○ Afectación al ambiente. ○ Uso indiscriminado de recursos.
 <b>Objetivo 7</b> Energía asequible y sostenible	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	F3 Eficiencia energética	○ Afectación al ambiente. ○ Uso indiscriminado de recursos. ○ Consumo energético. ○ Transporte sostenible (vehículos eléctricos e híbridos).

Objetivo	Declaración	Asunto material	Impactos (potenciales y reales / positivos y negativos)
 <b>Objetivo 8</b> Trabajo decente y crecimiento económico	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	A4 Derechos Humanos	○ Transparencia y relaciones de confianza con la cadena de suministro. ○ Prácticas justas de operación. ○ Compras sostenibles. ○ Impulso a la economía local. ○ Asegurar el cumplimiento de los Derechos humanos en la cadena de suministro. ○ Riesgos relacionados con seguridad de los trabajadores en transporte. ○ Generación de empleo. ○ Automatización de herramientas. ○ Capacitaciones en temas de DDHH. ○ Adopción de protocolos y buenas prácticas para evitar mitigar futuras pandemias, y sus consecuencias para los diferentes grupos de interés.
		A10 Desempeño económico	○ Robotización de procesos.
		B1 Clima laboral	○ Actualizaciones de plataformas digitales de venta. ○ Revisiones periódicas para conocer el entorno laboral y la salud emocional en la que se encuentran los colaboradores.
		B2 Calidad de vida laboral	○ Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo. ○ Adaptación y digitalización de actividades de calidad de vida laboral al entorno.
		B3 Diversidad e inclusión	○ Promoción de buenas prácticas de diversidad e inclusión para todos los grupos de interés.
		B4 Formación y desarrollo profesional	○ Condiciones de trabajo y protección social.
		B5 Relaciones laborales y diálogo con el sindicato	○ Balance trabajo - familia. ○ Protección de los derechos humanos en el ambiente de trabajo.
		B6 Salud y seguridad laboral	○ Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo.
		B7 Beneficios y compensaciones	○ Política de beneficios y compensación.
		D1 Política de pago a proveedores	○ Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones.
 <b>Objetivo 9</b> Industria, innovación, infraestructura	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	A9 Innovación y desarrollo	○ Compras por internet (e-commerce). ○ Transparencia en la información y comunicaciones. ○ Utilización de herramientas tecnológicas como relacionamiento con clientes y para compras (Apps). ○ Aceleradora Corporativa Sodimac (desarrollo de startups en Colombia).
		F7 Construcciones sostenibles	○ Diseño de tiendas que cumplan con los criterios de sostenibilidad. ○ Nuevos formatos innovadores y sostenibles (Pop-up Store).
 <b>Objetivo 10</b> Reducir inequidades	Reducir la desigualdad en y entre los países.	B3 Diversidad e inclusión	○ Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. ○ Política de Diversidad e Inclusión. ○ Plan de capacitaciones en diversidad y equidad al equipo Sodimac. ○ Protocolo de atención incluyente. ○ Desarrollo e implementación del formato: Inspiradamente Sodimac.



Objetivo	Declaración	Asunto material	Impactos (potenciales y reales / positivos y negativos)
<b>Objetivo 11</b> Ciudades y comunidades sostenibles	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	<b>E1</b> Inversión social	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones.</li> </ul>
		<b>E3</b> Impacto en la comunidad local	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afectación al ambiente en comunidades.</li> <li>Uso indiscriminado de recursos en comunidades.</li> <li>Consumo energético.</li> </ul>
		<b>F1</b> Agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiendas con certificaciones ambientales.</li> <li>Programas de reducción de consumo de agua.</li> </ul>
		<b>F3</b> Eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cubiertas con paneles de energía solar en tienda de Mosquera.</li> <li>Implementación de eficiencia energética en Tunja.</li> <li>Programa de eficiencia energética.</li> </ul>
		<b>F4</b> Productos sostenibles (casa ECO - consumo responsable)	<ul style="list-style-type: none"> <li>27 tiendas certificadas por ISO14001 gestión ambiental.</li> <li>Posconsumo: llantas, pilas, baterías, luminarias.</li> </ul>
		<b>F6</b> Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ciclo de vida de productos – economía circular.</li> </ul>
		<b>F7</b> Construcciones sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de tiendas que cumplan con los criterios de sostenibilidad.</li> </ul>
<b>Objetivo 12</b> Consumo responsable y producción	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	<b>C4</b> Consumo responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercadeo e información al cliente.</li> <li>Educación y cultura en el cliente.</li> <li>Protección de la salud y seguridad de los consumidores.</li> <li>Fortalecimiento del programa de consumo sostenible con nuestros grupos de interés.</li> <li>Protección de derechos humanos para clientes y demás grupos de interés externo.</li> </ul>
		<b>C1</b> Experiencia de compra (satisfacción del cliente, canales de atención y reclamos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación de buenas prácticas de consumo responsable (piezas, campañas, etc.).</li> </ul>
		<b>C2</b> Ética publicitaria / Marketing responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protección de datos de los clientes.</li> <li>Manejo de quejas y reclamos.</li> <li>Adopción de buenas prácticas en marketing responsable y ética publicitaria.</li> </ul>
		<b>D4</b> Calidad de productos y servicios (ciclo de vida del producto)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aseguramiento de la duración y la calidad de los productos.</li> </ul>
		<b>F1</b> Agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas de reducción y óptimo uso del recurso hídrico.</li> </ul>
		<b>F3</b> Eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas para la reducción del consumo energético.</li> <li>Compras por internet (e-commerce).</li> </ul>
		<b>F4</b> Productos sostenibles (casa eco - consumo responsable)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ventas de productos amigables con el medio ambiente.</li> </ul>
		<b>F5</b> Ciclo de vida del producto (embalaje)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción del embalaje.</li> <li>Programa posconsumo.</li> </ul>
		<b>F6</b> Gestión de residuos (reciclaje, posconsumo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venta de productos verdes y con menor impacto ambiental.</li> </ul>
		<b>F8</b> Compras verdes	

Objetivo	Declaración	Asunto material	Impactos (potenciales y reales / positivos y negativos)
<b>Objetivo 13</b> Acción por el clima	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	<b>F2</b> Huella de carbono (Emisiones GEI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto ambiental del transporte.</li> <li>Reducción, compensación y mitigación de la huella de carbono.</li> <li>Contaminación por emisión de gases.</li> </ul>
		<b>F3</b> Eficiencia energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de emisiones de gases en el transporte de productos.</li> </ul>
		<b>F4</b> Productos sostenibles (casa ECO - consumo responsable)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ventas de productos amigables con el medio ambiente.</li> </ul>
		<b>F7</b> Construcciones sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de energías alternativas en centros de trabajo (cambios en tecnología, transformadores, etc.).</li> <li>Consumo energético.</li> </ul>
<b>Objetivo 15</b> Vida en la tierra	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de diversidad biológica.	<b>F9</b> Transporte y logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de emisiones de gases en el transporte de productos.</li> <li>Cumplimiento normas asociadas al transporte de carga.</li> </ul>
		<b>F2</b> Huella de carbono (Emisiones GEI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto ambiental del transporte.</li> <li>Reducción, compensación y mitigación de la huella de carbono.</li> <li>Contaminación por emisión de gases.</li> </ul>
<b>Objetivo 16</b> Paz, justicia e instituciones fuertes	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.	<b>A1</b> Lineamientos estratégicos y gestión de sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protección de datos de los clientes.</li> <li>Transparencia en la información y comunicaciones.</li> <li>Utilización de herramientas tecnológicas como relacionamiento con clientes y para compras (Apps).</li> </ul>
		<b>A2</b> Política pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hackeos en página o sistemas digitales.</li> </ul>
		<b>A3</b> Ética y anticorrupción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de compromisos con los proveedores y trabajadores.</li> </ul>
		<b>A4</b> Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transparencia financiera.</li> </ul>
		<b>A5</b> Rendición de cuentas y Transparencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de requisitos legales y financieros.</li> </ul>
		<b>A6</b> Gestión de Riesgos para la sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pago de impuestos para desarrollo del país</li> <li>Atención de solicitudes en temas éticos.</li> </ul>
		<b>A7</b> Relación con grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecimiento de la cultura y principios de sostenibilidad.</li> </ul>
		<b>A8</b> Regulación - Cumplimiento normativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de la regulación vigente.</li> </ul>
<b>Objetivo 17</b> Alianzas para los objetivos	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.	<b>E1</b> Inversión social	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afectación a comunidades.</li> <li>Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía.</li> <li>Aliados sociales para la ejecución de la estrategia de responsabilidad social, enfocada en el mejoramiento del hábitat.</li> </ul>

# Cadena de suministro Sodimac



- 1 Utilización de recursos
- 2 Transformación de producto
- 3 Embalaje
- 4 Logística y Transporte
- 5 Inversión social
- 6 Generación de empleo
- 7 Gestión con la comunidad
- 8 Experiencia de compra
- 9 Posconsumo

## Respetamos los Derechos Humanos

Nuestra compañía respeta y promueve los derechos humanos en cada una de las actividades realizadas y transmite esta cultura a todos nuestros grupos de interés. Nuestra línea de trabajo está en el marco de las normas y principios consagrados en la Constitución Política de Colombia, así como en la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Del mismo modo, acatamos las recomendaciones para empresas emitidas en el Marco de Naciones Unidas y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos. Sodimac es vigía del cumplimiento de los mecanismos para atender y resolver las faltas a los derechos humanos.

Revisamos que estas estructuras de trabajo sean legítimas, asequibles y que dispongan de un procedimiento de actuación claro y conocido. En caso de que se presenten incumplimientos a la política y a los demás instrumentos que se tienen para la defensa y promoción de los derechos humanos, estableceremos las medidas pertinentes para ello. Se procede a la evaluación de cada caso y tomamos las acciones correspondientes dependiendo del grado de vulneración y afectación. Ponemos a disposición de los afectados los mecanismos judiciales, extrajudiciales y no estatales correspondientes. Además del asesoramiento por parte de cada uno de los comités dispuestos para prevenir, remediar y mitigar los incumplimientos presentados.

Durante el año 2021, continuamos identificando los riesgos en derechos humanos de toda la operación de la compañía. Esto con el fin de generar controles y formas de mitigación y prevención de la vulneración de los derechos humanos. Las áreas de Responsabilidad social y Riesgos se encargaron de esa tarea, asistiendo a las de Gestión humana, Ambiental, Relaciones laborales, Logística, Comercial y Mercadeo.

Para identificar los riesgos, consideramos los temas emergentes a nivel global, sectorial y local. De esta manera, pudimos realizar la actualización anual de nuestra matriz de riesgos y el fortalecimiento del proceso de debida diligencia. Este proceso nos permite dar cuenta de los impactos de nuestra operación y desarrollar un mecanismo de seguimiento para identificar los derechos y riesgos asociados. También, trabajamos para difundir buenas prácticas con nuestros proveedores y compartimos a través de nuestro boletín digital mensual información relevante para la gestión de los derechos humanos en sus organizaciones.

Para el año 2022 integraremos en mayor medida la sostenibilidad en el plan de acción. Continuaremos trabajando en los temas de derechos humanos y el fortalecimiento del proceso de debida diligencia. Además, incluiremos de manera activa a nuestros grupos de interés en el proceso de debida diligencia, con el objetivo de identificar impactos reales y potenciales e incorporar los indicadores generales para medir el avance en derechos humanos en las áreas priorizadas.

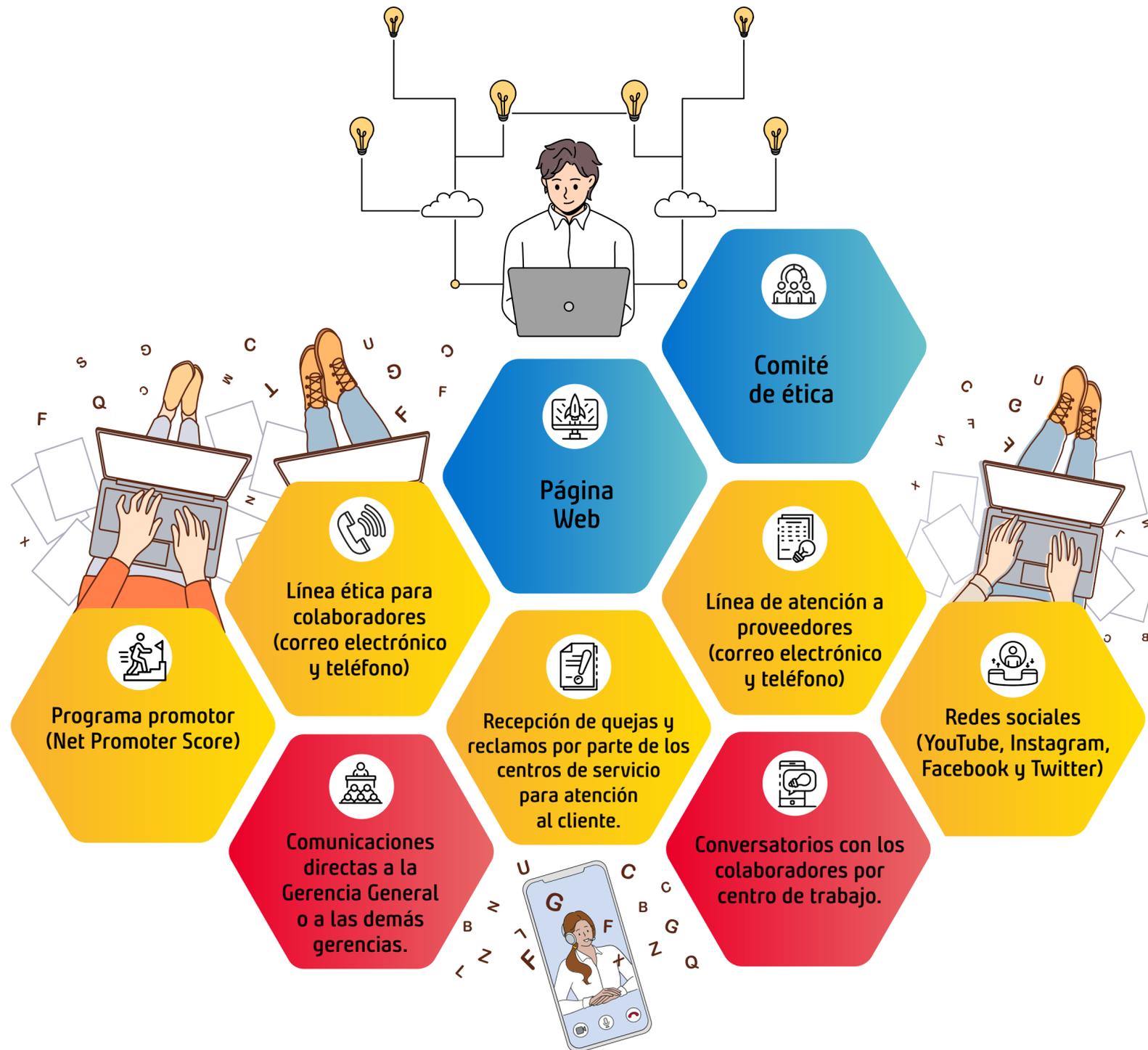
Realizamos anualmente el proceso de actualización a la matriz de riesgos y debida diligencia en derechos humanos, con el propósito de revisar e incluir todos aquellos derechos aplicables en todos los ámbitos de nuestra operación. Dicho proceso nos permite dar cuenta de los

impactos de nuestra operación a la fecha junto con los derechos y riesgos asociados. Así como desarrollar un mecanismo de seguimiento para identificar el estado de cada uno de ellos y el avance que cada área competente estuviera realizando.

### Proceso de debida diligencia



Nuestros mecanismos para atender o resolver cualquier incumplimiento a la política de derechos humanos, fueron fundamentales, tomando en cuenta la digitalización de los procesos. Por eso, del 2021 destacamos el mejoramiento de los canales virtuales y la continuidad del uso de los presenciales, a través del Home Office, Virtual Office y nuestra Política de Trabajo Flexible con las medidas de bioseguridad necesarias:



En la evaluación de impactos, identificamos que nuestros grupos de interés con mayor probabilidad de ser afectados en materia de derechos humanos por la gestión de la compañía son los clientes, colaboradores, proveedores y contratistas. Posteriormente, identificamos los derechos de estos grupos y generamos campañas y capacitaciones para sensibilizar y crear conciencia de estos. Algunos aspectos de derechos humanos identificados por grupo son:



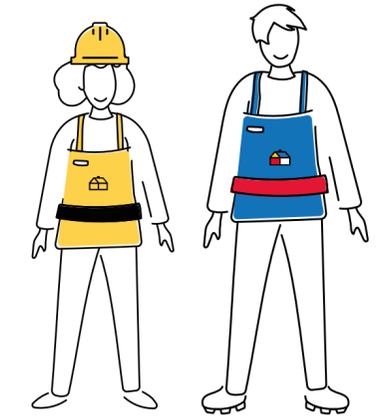
- Libertad de asociación y negociación colectiva.
- Prohibición mano de obra infantil.
- No discriminación.
- Condiciones de trabajo favorables.
- Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio.



- No discriminación.
- Programa de Quejas y Reclamos - PQR.
- Satisfacción del cliente.
- Seguridad informática.
- Protección de datos.

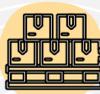


- No discriminación.
- Condiciones de trabajo favorables.
- Derecho al trabajo.
- Prohibición mano de obra infantil.
- Misma remuneración por trabajo de igual valor.
- Libertad de asociación.
- Libertad de asociación y negociación colectiva (derecho a afiliarse a un sindicato, derechos a la huelga).
- Derecho a la negociación colectiva.
- Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio.
- Libertad de pensamiento / opinión / expresión.
- Seguridad informática.
- Protección de datos.



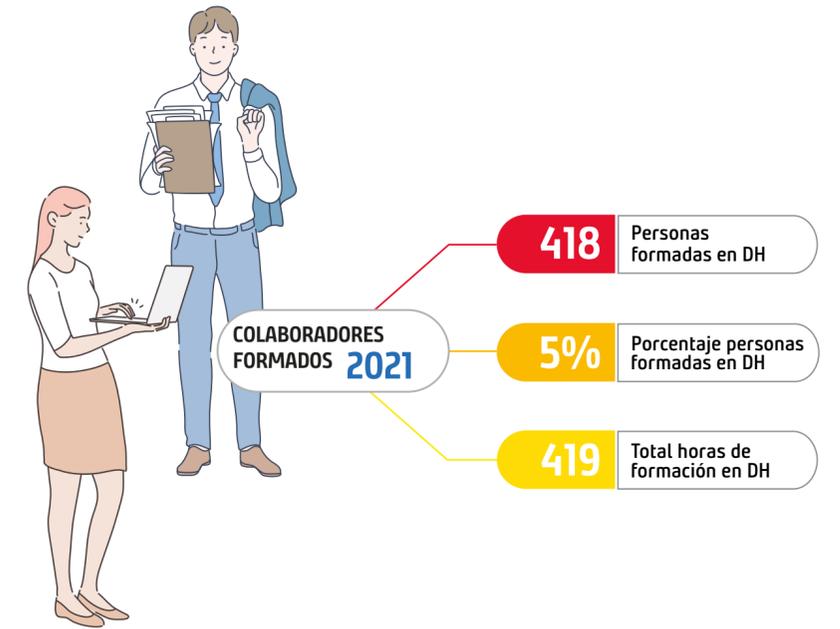
- Anticorrupción y lavado de activos.
- Ética y transparencia.

Además, contamos con una matriz de derechos humanos, que incluye a todos los grupos de interés y los responsables por velar por el cumplimiento de estos. Esto se ve representado en el proceso de las compras electrónicas, donde cuidamos la privacidad de los datos de nuestros grupos de interés y buscamos prevenir los ciberataques.

Grupo de interés	DDHH Asociados	Responsables
 <b>Accionistas</b>	Libertad de opinión y expresión.	Gerencia General
 <b>Clientes</b>	No discriminación.	Jurídica.
	Servicio post venta.	Experiencia de compra.
	Canales de reclamación.	Experiencia de compra
	Seguridad y salud en clientes.	Calidad de Vida y Seguridad y Salud en el Trabajo.
 <b>Colaboradores</b>	Ética publicitaria.	Mercadeo y Jurídica.
	Protección de datos personales.	Seguridad de la información.
	No discriminación.	Relaciones Laborales / Compensación y beneficios.
	Condiciones de trabajo favorables.	
	Derecho al trabajo.	
	Accidentes.	
	Prohibición mano de obra infantil.	
	Misma remuneración por trabajo de igual valor.	
Libertad de asociación.		
Libertad de asociación y negociación colectiva (Derecho a afiliarse a un sindicato, derechos a la huelga).		
 <b>Entidades del Gobierno</b>	Derecho a la negociación colectiva.	Jurídica.
	Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio.	
	Libertad de pensamiento /opinión / expresión.	
	Derecho a participar en asuntos públicos.	
 <b>Comunidades</b>	Derecho a la vivienda.	Responsabilidad Social.
	Derecho a un nivel de vida adecuado.	
	Derecho a la propiedad.	
	Derecho a la vida privada.	
 <b>Medio Ambiente</b>	Derecho a la educación.	Desarrollo y proyectos.
	Derecho a un suministro adecuado de agua.	
	Derecho a un entorno / aire limpio.	
	Derecho a un estándar de vida adecuado para la salud.	
	Derecho a la salud.	
 <b>Proveedores y Contratistas</b>	Contaminación, temas de incumplimientos.	Riesgos y cumplimiento.
	Ley de empaques.	
	Prohibición mano de obra infantil.	
	No discriminación.	Compras.
	Condiciones de trabajo favorables.	
	Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio.	
	Reclamaciones.	Jurídica.
	Pagos.	
	Incumplimiento de contratos.	

## Capacitación a colaboradores en derechos humanos

Al igual que en años anteriores, en el 2021 continuamos realizando sesiones de capacitación virtual a nuestros colaboradores en materia de derechos humanos, responsabilidad social y temas ambientales. En dichas sesiones, dimos a conocer nuestra política y cómo cada una de las personas involucradas, desde el trabajo que hacen, pueden ser promotoras y defensoras de los derechos humanos. Además, en este espacio damos a conocer sus derechos para que los hagan respetar en cualquier circunstancia, así como los canales dispuestos para comunicar situaciones donde se vulneren sus derechos.



## Diversidad, equidad e inclusión

En Sodimac buscamos que nuestras acciones estén alineadas a nuestra política de diversidad, equidad e inclusión, la cual de selección, campañas y nuestra cultura en general, para así trabajar una temática a fines que permita a las/os colaboradoras/es entender la importancia de estos atributos en nuestra compañía. Dicha política, nos ha permitido establecer un marco de acción integral que garantiza el respeto por los derechos de todas las personas de nuestros grupos de interés.

También, el interés de nuestra compañía es aportar a la construcción de una sociedad más justa, incluyente y con igualdad de oportunidades, pues reconocemos que como empresa tenemos un rol trascendental en promover la diversidad, la equidad y la inclusión social en todos nuestros programas, proyectos y procesos.

Nuestra política se acoge a la legislación nacional y se alinea a la Declaración Universal de Derechos Humanos, los principios del Pacto Global, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la estrategia de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y a los Principios para el Empoderamiento de la Mujer de la ONU.

Adicionalmente, enfatizamos en la transversalidad de este lineamiento con respecto a todos los procesos de nuestra compañía, teniendo de enfoque el marco de actuación para los siguientes temas:

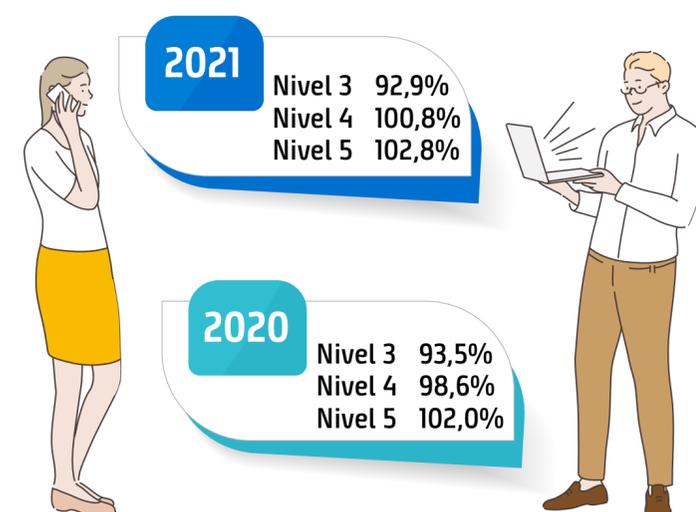
- Procesos de selección y contratación.
- Desarrollo profesional, capacitación y promoción.
- Compensación y beneficios.
- Conciliación de la vida familiar y laboral con corresponsabilidad.
- Acoso laboral.

## Relación del salario entre hombre y mujeres

Nuestro compromiso con la equidad también se ve reflejado en la relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. En Sodimac Colombia los salarios no se definen por género, sino por responsabilidad e impacto de cada cargo.

### Relación entre salario base

de los hombres con respecto al de las mujeres



## Nuestro plan de acción en diversidad, equidad e inclusión

En el año 2021 implementamos cambios en el plan de acción de Diversidad, Equidad e Inclusión y trabajamos mensualmente temas relevantes con el fin de delimitar y darle mejor visibilidad a nuestro programa. Además, realizamos un diagnóstico con el fin de saber el nivel de conocimiento de las personas sobre problemáticas de diversidad, su participación en las capacitaciones y el conocimiento que tienen sobre nuestra Política de Diversidad, Equidad e Inclusión en los canales de atención que manejamos.

Asimismo, implementamos el protocolo de atención a clientes. Unas pautas para saber cómo debe ser la atención incluyente, partiendo de nuestros valores corporativos REIR (Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad) y velando por el respeto por las diferencias. Esta guía, permite a colaboradores/as fortalecer y mejorar la experiencia de compra de clientes y desde nuestra organización, contribuir en la construcción de una sociedad incluyente.

También, lanzamos la primera encuesta sobre acoso laboral sexual de la entidad Gender Lab y el Banco Interamericano de Desarrollo, que nos permitió generar un diagnóstico inicial sobre este tema y la oportunidad de construir un plan de acción para el 2022, fomentando conocimiento sobre cómo prevenir y atender estos casos en las empresas.



# 2.277

Personas impactadas con las capacitaciones en diversidad, equidad e inclusión en **2021**

Por último, continuamos desarrollando programas, en alianza con organizaciones expertas en diversidad e inclusión, para ampliar nuestro conocimiento y generar conciencia sobre la importancia de trabajar en estos temas. Capacitando a nuestras/os colaboradoras/es, rompiendo estereotipos y sesgos limitantes, aprendiendo y valorando nuestras diferencias como aporte a la innovación, a la creatividad y a la productividad en nuestra compañía.

Para ello, desarrollamos un plan de acción con el objetivo de promover espacios de diálogo entre colaboradoras/es, celebrar aquellos días especiales para conmemorar causas entorno a estos temas, realizar capacitaciones y sensibilizaciones a todo el personal y, como consecuencia, fortalecer nuestros procesos como organización.

Por eso, realizamos:

- Campañas publicitarias que sensibilizaran a la población en temas de violencia de género y discriminación.
- Celebraciones del día de la mujer y el hombre en el marco de la equidad, el día del orgullo LGBTQI+, el día de las mujeres en la tecnología, el día en contra de la violencia hacia la mujer, entre otros.
- Espacios de concientización a las y los colaboradores en temas como: masculinidades diversas, avances en derechos de la comunidad LGBTQI+, diversidad cultural, empoderamiento femenino.
- Encuestas y diagnósticos para generar aprendizajes y procesos de mejora continua.
- Espacios de capacitación para evitar la discriminación y la violencia.
- Espacios en los que las personas pertenecientes a la comunidad LGBTQI+ se expresen libremente.



### Orgullo Sodimac

Para nuestra compañía es prioritario abrir espacios de conversación abiertos, incluyentes y libres porque es la manera de evitar cualquier expresión de discriminación. Además empodera a las personas que viven su vida en diversidad para abordar este tema con su familia, círculo social e incluso en el trabajo. Para nosotros es importante que toda persona o empresa que esté vinculada con nuestra organización tenga claro que promovemos y nos adaptamos a la diversidad y la inclusión, estos hacen parte de nuestros valores. Por ello, se pueden sentir cómodos al expresarse sobre estos temas. Es así cómo hemos aumentado el número de encuentros de conversación y aprendizaje sobre estos asuntos. Además, hemos invitado a las autoridades y personas expertas para que nos ayuden a tener estas conversaciones a profundidad y sin tabúes.

Tuvimos tres conversatorios sobre temas LGBTIQ que esclarecieron conceptos y respondieron preguntas que las personas de la compañía realizaron.

En el marco del mes de Orgullo LGBTIQ+ se realizó un encuentro con Marcela Sánchez de la organización Colombia Diversa. En esta conversación se resaltó el respeto y la empatía como aspectos fundamentales a la hora de hablar abiertamente sobre la homosexualidad o las personas LGBT.

También, la invitada realizó recomendaciones para la compañía, como propiciar estos diálogos, indicando que se deben aprovechar las plataformas digitales porque permiten contar historias y generar conversaciones abiertas, para que las personas puedan identificar y comprender como la empresa respeta y apoya los asuntos relacionados con la comunidad LGBTI.

Para la siguiente charla, invitamos a la Secretaría Distrital de Integración Social representada por Juan Andrés Carvajal, con quien se abordó la prestación de un servicio incluyente, se empezó con unas preguntas generales y los participantes enviaron preguntas específicas, lo que permitió un diálogo dinámico.

El invitado, desde su experticia, indicó la importancia de comprender que existe un servicio diferenciado y esto significa que reconocemos que existen diversas poblaciones con características particulares y el trato debe buscar incluirlas. Por ejemplo, una persona que llega en silla de ruedas requiere una atención diferencial a la de otras personas porque necesita una asistencia específica, con ello, como compañía se está garantizando sus derechos. Es relevante que en la compañía estas reflexiones se extiendan a los diferentes niveles, con ello los usuarios se sentirán incluidos e integrados en todas las áreas con las cuales pueda interactuar.

Otro aspecto que se resalta en esta conversación es el lenguaje incluyente, perfeccionar el manejo del lenguaje neutro y evitar el masculino que suele predominar en la conversación. Por ejemplo, cuando la persona deje claro cómo quiere ser llamada, esto se debe respetar porque es la manera en que se sentirán respetados. Sobre la comunicación con las personas con algún tipo de discapacidad, evitar tratos preferenciales o lenguaje con diminutivos que podría generar el efecto contrario, es decir exclusión.

Así que se entregaron recomendaciones prácticas y ejemplos que suceden en la cotidianidad de atención al cliente.

En un tercer diálogo, con Diana Navarro, quien trabaja en la subdirección para asuntos LGBT en Bogotá de la Secretaría Distrital de Integración Social, realizamos un recuento histórico del marco normativo y las políticas públicas actuales que permiten acceder a diferentes derechos en temas laborales, educación, salud, matrimonio y otros. Se hizo énfasis en la constitución política que prohíbe la discriminación y el hostigamiento.

De esta manera, estos encuentros tuvieron gran valor al brindar herramientas prácticas y conocimiento de los derechos, además escuchamos las inquietudes de los participantes, lo cual es relevante para nuestra compañía porque cumplimos el objetivo de hablar abiertamente y promover la tolerancia y la inclusión.



## Campaña

### “Tu Casa Libre de Estereotipos”

En el marco de la conmemoración del mes del Orgullo LGBTIQ+, lanzamos una iniciativa con la que buscamos promover el acceso a una vivienda digna a aquellas poblaciones diversas, sin temor a sufrir discriminación y crear sensibilización.

En Sodimac nos preocupamos por hacer sentir a las personas parte de esta casa. Es por esto que, en 2021, establecimos una forma de comunicar lo que nuestra compañía está aportando en temas de diversidad e inclusión. Y es aquí donde nace el eslogan “Tu casa libre de estereotipos” y la campaña *Arriendos libres de estereotipos*.

La campaña pretendía romper estereotipos en el tema de vivienda y visibilizarlo en el país, lo cual logramos satisfactoriamente a través de nuestras marcas al finalizar el año pasado. Este impacto positivo, especialmente en los públicos más jóvenes, consiguió fomentar un ambiente de respeto en diversidad, que buscamos seguir ampliando, promoviendo la equidad y la inclusión. Como parte de la iniciativa, la compañía puso a disposición de las personas interesadas un kit de anuncios de arriendos, con el cual sumarse a la iniciativa y que puede ser descargado en: [arriendolibredeestereotipos.com](http://arriendolibredeestereotipos.com).

### Métricas campaña “Tu Casa Libre de Estereotipos”



**Digital pago**  
Views: 3.2MM  
Alcance prensa: 1.5MM  
Alcance Influenciadores: 325.000 usuarios.

**FreePress**  
Alcance: 3.2MM  
VP \$: 105MM  
Métricas digital

**Digital orgánico**  
Alcance promedio de 49.000 por publicación.  
7 publicaciones.  
Sentimiento positivo en RRSS del 90% promedio.

Esta campaña fue muy importante, pues logramos transmitir el mensaje que la casa es nuestro lugar en el mundo y que ninguna persona debe ser rechazada por su raza, género u orientación sexual y menos cuando busca un lugar para vivir.



### Mujeres en el sector de la construcción

En el año 2021 tuvimos un alcance internacional de nuestra Gran Feria de la Capacitación Sodimac Colombia y nuestra marca Constructor, en la que con aliados de Sodimac Perú se logró la conexión de 160 mil especialistas de diferentes regiones con el objetivo de trabajar en temáticas en beneficio del personal del sector.

Este fue el escenario del conversatorio “Balances y perspectivas en el sector de la construcción”, un espacio para reflexionar sobre las diferencias de género en este sector, toda vez que es un sector masculinizado y la participación laboral de las mujeres, históricamente ha sido baja, y esto representa un obstáculo para el desarrollo de las mujeres, es decir para asumir cargos de toma de decisiones e inclusión para aquellas que realizan labores en cargos operarios e intermedios.

Es decir, facilitar la participación inclusiva de las mujeres en el sector de la construcción va a incidir en la productividad, porque la incrementa, además aumenta la probabilidad de tener políticas corporativas que involucran a todas las poblaciones. Sumado a ello, aporta diferentes perspectivas en el negocio y en la incidencia social. Otro aspecto

que se evidenció en este encuentro fue la capacidad que tienen las mujeres para desarrollar sus labores de manera complementaria con los y las diferentes colegas.

En síntesis, la empleabilidad de las mujeres en el sector de la construcción es relevante para Homecenter y Constructor, por ello se promueve la equidad de género y aumento de la tasa de participación en la fuerza laboral en el sector de la construcción.

El siguiente aspecto notable de este conversatorio fue el importante anuncio que realizó nuestra Gerente de Personas y Responsabilidad Social de Sodimac Colombia, Karym Grijalba. Se trata de la alianza con la Secretaría Distrital de la Mujer y la Corporación Sisma Mujer. Instituciones que aportarán experiencia para implementar cambios y acciones que permitan el aumento de la participación de la mujer en el sector de la construcción y cerrar las brechas existentes.



Esta alianza busca dar respuesta a las nuevas demandas del mercado, donde las mujeres tienen una mayor participación y su nivel formativo es cada vez más competente, sumado al aumento del interés de las mujeres por vincularse a este sector. Dado que el objetivo de la compañía no solo es generar y promocionar empleo, sino también, mejorar la calidad de vida, evitar el empleo vulnerable o desigual y con esta alianza se pretende avanzar en estos propósitos.

Finalmente, estas articulaciones institucionales nos permitirán continuar con nuestras acciones de responsabilidad social, pues ampliaremos nuestra incidencia positiva en población femenina que se encuentra en condición de vulnerabilidad.

## Campaña

### “El Morado en Tu Casa y No En Tu Piel”

Viendo el incremento en las cifras de violencia de género que se han dado durante el periodo de pandemia, aprovechamos el mes de noviembre, en el cual se conmemora el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer para lanzar campañas de alto impacto, que aportaran a este objetivo.

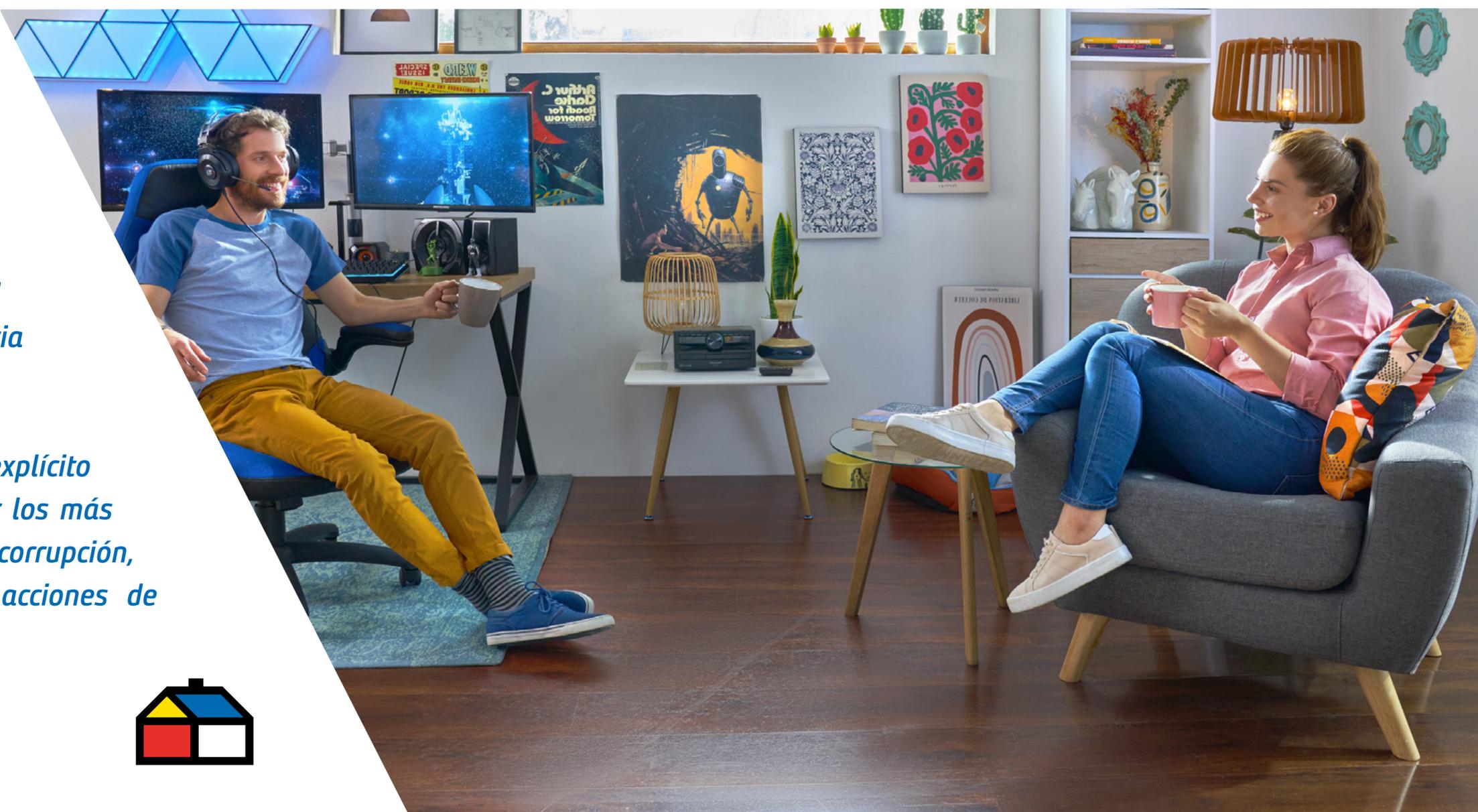
Dentro de la alianza entre Sodimac, la Red Nacional de Mujeres y la aplicación ELLAS, quisimos lanzar un mensaje a través de medios propios y medios digitales con el cual promovemos la sensibilización. A nivel interno, también llevamos a cabo una charla en el mes de noviembre sobre defensa personal para mujeres, en la que expertos compartieron tips y generamos un espacio de conversación y discusión respecto a cómo nuestros/as colaboradores/as pueden aportar a disminuir esta problemática.



# Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

*Nuestro comportamiento y relacionamiento con cada uno de nuestros grupos de interés está orientado por un Sistema de Gestión Ética Empresarial y Buen Gobierno Corporativo, el cual se basa en principios de honestidad, transparencia y cumplimiento de la ley.*

*En nuestros códigos y lineamientos hacemos explícito este compromiso, lo que nos permite mantener los más altos estándares de conducta, luchar contra la corrupción, respetar los derechos humanos y defender acciones de transparencia en toda la cadena de suministro.*



Comunicamos de manera permanente a todos nuestros grupos de interés los compromisos y las actualizaciones que realizamos a nuestro código de ética, con el objetivo de indicar de manera específica, pautas y conductas para gobernar con éxito y mitigar los impactos negativos derivados de nuestros procedimientos y relaciones con los grupos de interés. De manera periódica, hemos efectuado las divulgaciones de dichos cambios.

Incluyendo temas como:

- Compromiso explícito del respeto por los Derechos Humanos.
- Directrices para donaciones.
- Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo.
- Regulación para las actividades de lobby y mecanismos de transparencia.
- No financiación de actividades políticas.
- Conflictos de interés.

Nuestro Sistema de Gobierno Corporativo y Gestión Ética Empresarial, han sido solidificados, a partir de la construcción de relaciones de confianza, respeto y credibilidad. Aspecto que nos ha permitido crecer en conjunto con los grupos de interés, así como implementar prácticas sostenibles para la compañía y la sociedad.

Destacamos nuestra gestión en 2021, donde realizamos la actualización de los impactos y riesgos en Derechos Humanos, teniendo en cuenta los temas emergentes a nivel global, sectorial y local. Esto con el fin de generar controles, formas de mitigación y prevención de la vulneración de los derechos humanos. Así como, los planes implementados para gestionar la brecha de igualdad de género.

## Junta Directiva

La Junta Directiva es el órgano superior de gobierno corporativo en Sodimac Colombia. El equipo directivo está integrado por nueve miembros con cargos no ejecutivos, cuatro de ellos independientes.

Los/as integrantes de la Junta disponen de altas competencias y gozan de una experiencia que les permite manejar temas económicos, sociales y/o ambientales. Además, el equipo cuenta con una amplia trayectoria en el sector retail y en gestión de riesgos, aspectos que agregan valor a nuestra gestión.

A su vez, poseen habilidades de liderazgo, negociación, resolución de conflictos, comunicación e imparcialidad.

Al ser un equipo capacitado en materia de sostenibilidad, este fue el espacio permanente para discutir avances y conocer las tendencias en sostenibilidad a través de una presentación de los resultados de la gestión de la sostenibilidad, que se realiza anualmente.

Los resultados obtenidos se presentan en el Informe a la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria.

Criterios de evaluación:

- Cumplimiento de las funciones dispuestas.
- Información veraz, oportuna y conforme a las disposiciones legales.
- Competencias, participación y toma de decisiones.
- Seguimiento al desempeño económico, operativo y tendencias del sector.
- Conocimiento y gestión de los comités de apoyo.
- Experiencia, habilidades y contribución a la toma de decisiones.

En cuanto a nuevas iniciativas relacionadas con la Junta Directiva, destacamos que realizamos en 2021 una inducción general para los nuevos miembros de la Junta Directiva sobre la gestión de la sostenibilidad en Sodimac. Para este ejercicio, establecimos un documento, con el que logramos compartirles a estos nuevos miembros las buenas prácticas que tenemos al interior de la compañía. Durante el año en curso, tuvimos el ingreso de una mujer a la Junta Directiva, siendo este un hito de diversidad.

## Selección y remuneración

La Asamblea General de Accionistas es el órgano que escoge los miembros de la Junta Directiva durante periodos de un año. Ellos pueden ser reelegidos indefinidamente o destituidos antes del vencimiento de su período.

El 40% de los miembros son de nacionalidad extranjera, característica significativa para mantener una gestión con visión mundial. Se seleccionan personas que interioricen, compartan y se comprometan con la visión, misión y los valores corporativos establecidos; además de contar con los siguientes requisitos para su selección:

- a) Trayectoria profesional en el sector
- b) Formación académica
- c) Experiencia a nivel nacional e internacional.

Los resultados del esfuerzo de la alta dirección y de la Junta Directiva se evidencian en una estrategia que permite al equipo de gerencia, realizar un seguimiento periódico o y revisar el propósito central, la visión, los valores y los objetivos de corto y largo plazo de la compañía y



analizar los resultados, informes que reciben la aprobación del máximo órgano de gobierno.

Para llevar a cabo su gestión la Junta Directiva cuenta con tres comités de apoyo:

1. **Comité de Directores:** su función es apoyar la revisión del desempeño de la alta gerencia. Está integrado por dos miembros.
2. **Comité de Gobierno Corporativo:** su misión consiste en velar que la información pública de la compañía sea conocida oportunamente por los accionistas y por el público en general. Está integrado por dos miembros.
3. **Comité de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad:** se encarga de supervisar el cumplimiento de la auditoría interna, la cual debe tener en cuenta una evaluación integral del negocio y analizar sus riesgos. También verifica los estados financieros, revisar el desempeño del Sistema de Gestión Ética Empresarial incluidas los casos recibidos por la línea ética. Lo integran cinco miembros.



## Comunicación

Contamos con canales de comunicación entre nuestros grupos de interés y la Junta Directiva, los cuales se nutren permanentemente de las líneas éticas que posibilitan un inter-

cambio de información directo, transparente y eficaz. Los asuntos relevantes son transmitidos por los canales establecidos por la compañía al Comité de Auditoría de la Junta.

## Junta Directiva



## Gestión de conflictos de interés

Sodimac Colombia advierte sobre posibles conflictos de interés mediante la definición de pautas y conductas, las cuales están consignadas en los estatutos sociales, el código de buen gobierno, el código de ética y en el reglamento de la Junta Directiva.

Si algún miembro de la Junta Directiva presenta un conflicto de interés asociado a algún tema en particular, la persona debe abstenerse de tomar decisiones y comentar respecto al implicado, según el procedimiento estipulado.

## Organización Sodimac Colombia

### JUNTA DIRECTIVA

De los diez miembros 40% son independientes y el 100% no ejecutivos.



### EQUIPO DE GERENCIA



## Nuestros principios, instrumentos y herramientas

Los lazos que establecemos con las partes interesadas están ligados a los principios de integridad y ética empresarial. Por lo tanto, contamos una serie de instrumentos y herramientas que nos permiten gestionar de la mejor manera los casos (presentados o potenciales) en esta materia para todos nuestros grupos de interés. Además, a través de estos logramos orientar a nuestra cadena de suministro hacia el cumplimiento de acciones transparentes.

○ **Comité de convivencia:** Órgano conformado por diversos representantes de la compañía y colaboradores elegidos democráticamente. Este busca prevenir el acoso

laboral y proteger a los/as empleados/as de riesgos psicosociales que afectan la salud en los lugares de trabajo.

El comité debe cumplir con atender los reclamos presentados en gestión confidencial, escuchar a las partes interesadas, crear lugares de diálogo que promuevan compromisos mutuos y sana convivencia, presentar recomendaciones para el desarrollo efectivo de las medidas preventivas y correctivas del acoso laboral, entre otras.

Adicionalmente, debe mantener una comunicación directa y atender las solicitudes e inquietudes de los/as colaboradores/as mediante el siguiente correo electrónico: [comitedeconvivencia@homecenter.co](mailto:comitedeconvivencia@homecenter.co)

En 2021, como parte del fortalecimiento de los temas que se discuten en el comité de convivencia, lanzamos la primera encuesta sobre acoso laboral sexual de las entidades Gender Lab y el Banco Interamericano de Desarrollo, que nos permitió generar un diagnóstico inicial sobre este tema y la oportunidad de construir un plan de acción para el 2022, fomentando conocimiento sobre cómo prevenir y atender estos casos en las empresas.

## Casos de integridad y ética empresarial recibidos y gestionados en 2021



\* Una de las quejas fue presentada en contra de una cajera por cinco mujeres y un hombre.



Para velar por el buen actuar de los/as accionistas, directores/as, administradores/as y altos/as funcionarios/as, tenemos establecido un *Código de Buen Gobierno Corporativo*. Este código cuenta con lineamientos de prevención, manejo y exposición de conflictos de interés entre accionistas y directores/as, administradores/as o altos/as funcionarios/as; la identificación de posibles riesgos de los estados económicos; la supervisión de la efectividad del sistema de control interno y el acatamiento de las políticas sobre buen gobierno.

## Herramientas para la gestión ética dentro de la empresa

En el marco de nuestra gestión de buen gobierno, en 2021 desarrollamos estrategias de difusión y comunicación del código de ética para nuestros grupos de interés, con el objetivo de tenerlos alineados a nuestro marco de actuación y que conozcan la práctica que manejamos dentro de la compañía, que a su vez los impacta directamente desde nuestro relacionamiento.

Asimismo, anexamos una declaración contra la corrupción, extorsión y el soborno, haciendo evidente nuestro compromiso con la transparencia y la integridad, en todos los procesos que desarrolla la compañía.

Cabe destacar que, censuramos y sancionamos cualquier acto contrario a la rectitud y transparencia debida y exigible, derivada de la acción u omisión de un/a colaborador/a. Quien tenga por objeto vulnerar controles, faltar a la veracidad, ejercer competencia desleal a su empleador, retirar mercancías sin justificación, entre otras.

Posterior a ello y luego de agotar el debido proceso disciplinario, este decide sanciones o medidas administrativas en 111 casos en 2021 (ver detalle en el siguiente cuadro). Siempre teniendo presente que la disciplina y el rigor ético construyen un mejor país libre de corrupción, a partir de buenos actos desde cualquier lugar de trabajo, sin distinción de cargo o sector.

## Infraacciones en temas éticos y medidas adoptadas 2021

Faltas	2021	Medidas adoptadas
Suministrar información no veraz	1	Acta de compromiso.
	1	Llamado de atención.
	9	Sanción.
	3	Suspensión.
	3	Terminación de contrato con justa causa.
Conducta no adecuada: temas éticos	7	Acta de compromiso.
	1	Llamado de atención.
	24	Sanción.
	1	Suspensión.
	4	Terminación de contrato con justa causa.
Recibir propinas de clientes	2	Acta de compromiso.
	2	Sanción.
	1	Terminación de contrato con justa causa.
Retirar mercancía sin soporte válido de pago	1	Llamado de atención.
	1	Llamado de atención.
Ocultar mercancía	1	Acta de compromiso.
Recibir dadivas transportadores	1	Suspensión.
Realizar u ofrecer instalaciones no autorizadas	1	Suspensión.
Hacer mal uso del descuento de empleado	2	Acta de compromiso.
	6	Sanción.
	1	Terminación de contrato sin justa causa.
Retirar mercancía en beneficio de terceros	1	Sanción.
	1	Suspensión.
Retiro bienes de compañeros en labor	1	No se aplicó medida por renuncia.
	4	Suspensión.
	3	Terminación de contrato con justa causa.
Agresión física	3	Sanción
Agresión verbal	2	Sanción.
	1	Suspensión.
	1	Terminación de contrato sin justa causa.
Manejo de proveedores	1	Sanción.
Trato irrespetuoso a compañeros	11	Acta de compromiso.
	1	Sanción.
	1	Suspensión.
Trato irrespetuoso a jefes/coordinadores	5	Acta de compromiso.
	1	Llamado de atención.
	1	Sanción.
<b>NÚMERO TOTAL DE INFRACCIONES</b>	<b>111</b>	



NÚMERO TOTAL DE INFRACCIONES

111

## Defensoría del proveedor

La defensoría del proveedor es un canal de comunicación, cuyo objeto es mediar frente a cualquier queja, reclamo, denuncia o controversia que se genere entre Sodimac Colombia y sus proveedores. Atendemos las sugerencias, quejas, reclamos o denuncias respecto a prácticas inadecuadas en las relaciones comerciales, acuerdos particulares o incumplimientos de las condiciones contempladas en nuestro manual de proveedores. Todos los requerimientos deben hacerse llegar al correo electrónico que aparece a continuación: [defensoriadelproveedor@homecenter.co](mailto:defensoriadelproveedor@homecenter.co)

## Línea de proveedores

Contamos con una línea de proveedores, un canal de comunicación para gestionar de manera acertada y ágil la información o reclamos respecto a procesos contables, de conciliación de cartera, órdenes de compra, información general y otros asuntos cotidianos de la operación en Bogotá, a través de los siguientes medios: (1) 3077095 y correo electrónico [proveedores@homecenter.co](mailto:proveedores@homecenter.co)

En el año 2021 logramos resolver todos los casos que recibimos a la línea, siendo de la siguiente forma, con respecto al año anterior:

## Defensoría del proveedor

Número de casos gestionados



En el transcurso del año 2021 se recibieron 35 casos, el 32% corresponde solicitud o actualización de información, el 27% retraso en pagos y un 25% a novedades de facturación, entre otros. A todos los casos se ha dado respuesta dentro los tiempos establecidos.

## Defensoría de la competencia

Nuestra política sobre Leal y Libre Competencia, especifica el compromiso que adquirimos hacia la promoción, el respeto a la ley y a las normas de competitividad.

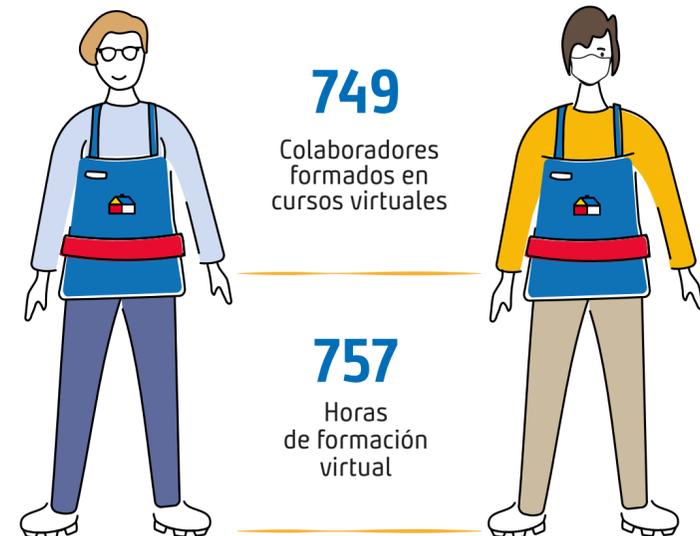
En cuanto a la atención de denuncias, referentes a posibles conductas inversas a la Leal y Libre Competencia por parte de Sodimac o de los colaboradores, creamos un mecanismo externo llamado el “Defensor de la Competencia”.

Los/as clientes/as, proveedores, competidores/as y/o contratistas, pueden comunicar sus reclamaciones a la cuenta de correo: [defensordelacompetencia@homecenter.co](mailto:defensordelacompetencia@homecenter.co)

A través de este mecanismo se resuelven los siguientes temas:

- La celebración o participación en acuerdos anticompetitivos.
- Abuso de posición dominante.
- Actos en contra de la sana competencia.
- Ejecución de conductas de enfrentamiento desleal.

Para prevenir conductas inadecuadas, trabajamos en la formación de nuestros colaboradores en esta materia.



## Línea ética

Atendemos y tramitamos todos los casos reportados con la finalidad de atender, apoyar y solucionar aquellas situaciones consideradas antiéticas, a través de los dos correos electrónicos que se escriben a continuación: [lineaeticayanticorrupcion@corona.com.co](mailto:lineaeticayanticorrupcion@corona.com.co)

## Herramientas para la gestión ética



Comité de ética.



Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta.



Comité de Riesgo y Cumplimiento.



Código de Ética.



Declaración de conflicto de interés local.



## Prevención y medidas de control en nuestros centros de trabajo

En Sodimac Colombia tenemos órganos de control para evitar el uso de prácticas que puedan llegar a afectar la integridad y el buen desarrollo del negocio. Las auditorías de verificación en los almacenes, los centros de distribución, las bodegas y la oficina de apoyo a tiendas son algunos de los entes a disposición ante esta situación.

En Sodimac Colombia vigilamos el cumplimiento de los principios éticos y transparentes en cada uno de los procesos desarrollados en la operación de la misma. Debido a esto, auditamos 82 procesos de la compañía 2021, para el 100% de los centros de trabajo.

Número de procesos auditados	2020	2021
Tiendas (auditoría - inventarios)	40	40
Bodegas y Centros de distribución	5	5
Oficina de Apoyo a Tiendas (procesos)	21	36
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>82</b>

\*Reportamos el número de procesos auditados y el número de centros de trabajo auditados para dar un dato más completo.

Durante el 2021, aumentamos el número de procesos auditados con el objetivo de cubrir los temas prioritarios de la compañía y efectuamos revisiones a procesos comerciales, logísticos, tecnológicos, financieros, de gestión humana y de cumplimiento. Según los resultados de dichas auditorías, se plantearon planes de acción correctivos a implementar en 2022.

## Procesos auditados

- **Visitas operativas tiendas:** despachos, concesiones, merma, alquiler de herramientas, recibo, seguridad y salud en el trabajo, entradas por precio, experiencia de compra, cumplimientos de ley, cajas y tesorería, ambiental, ventas, venta empresa, inventarios, seguridad física, acceso sistemas de información, mantenimiento, fletes y cierre de operaciones.
- **Bodegas:** sistema de información, recibo, despachos, importaciones, inventarios, gestión de rotura, almacenamiento de mercancía, seguridad física y electrónica, ambiental, seguridad y salud en el trabajo.



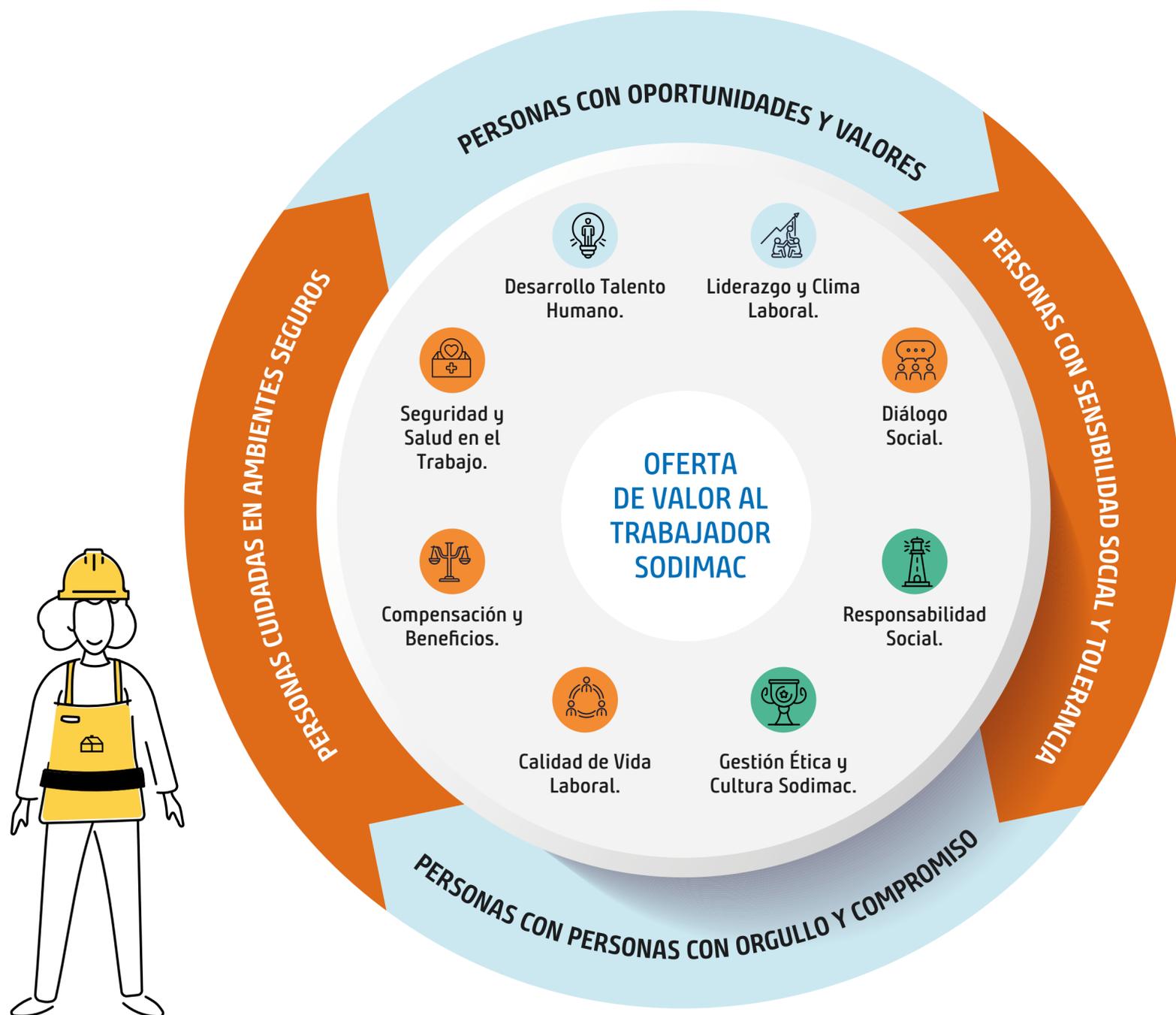


# Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores

Trabajamos cada año para superar metas cada vez más exigentes y lo hacemos de la mano de un equipo de colaboradores/as altamente calificados/as. Gracias al compromiso y dedicación que cada uno de ellos entrega a la compañía, hoy podemos decir que conseguimos alcanzar nuestros objetivos estratégicos. Por esta razón, desarrollamos y gestionamos programas que van más allá de la regulación nacional, con el objetivo de asegurar el bienestar personal y el desarrollo profesional, fomentando la calidad de vida para ellos y sus familias. Resaltamos que, para Sodimac el 2021 fue un año que tomamos para seguir fortaleciendo el proceso de transformación digital en el área de gestión humana, con el fin de facilitar el desarrollo de nuestro capital humano. Y así, generar experiencias que sean más fáciles, ágiles y con mayor productividad dentro de la calidad de vida de nuestros colaboradores y los programas que tenemos para ellos/as. A continuación, presentamos la oferta de valor que hemos creado durante el año. La cual nos permite fortalecer nuestro capital humano, potencializarlo e impactar positivamente su entorno para un desarrollo mutuo.

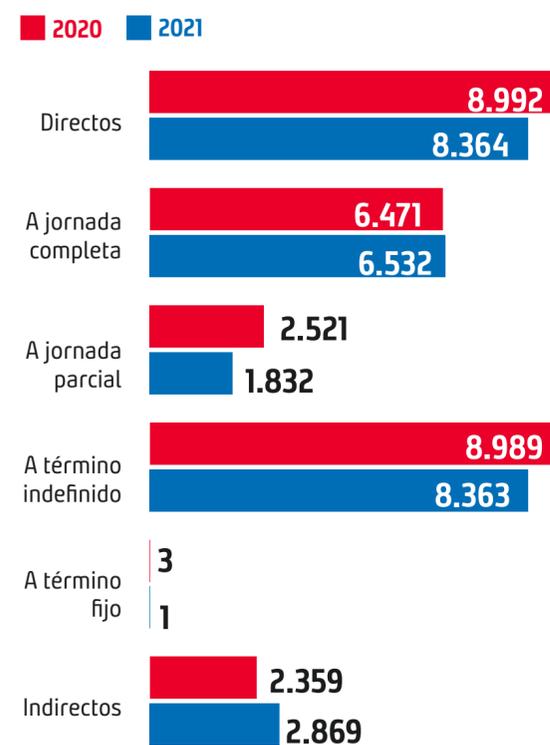


## Nuestra oferta de valor para la familia Sodimac

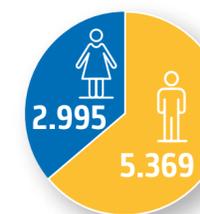
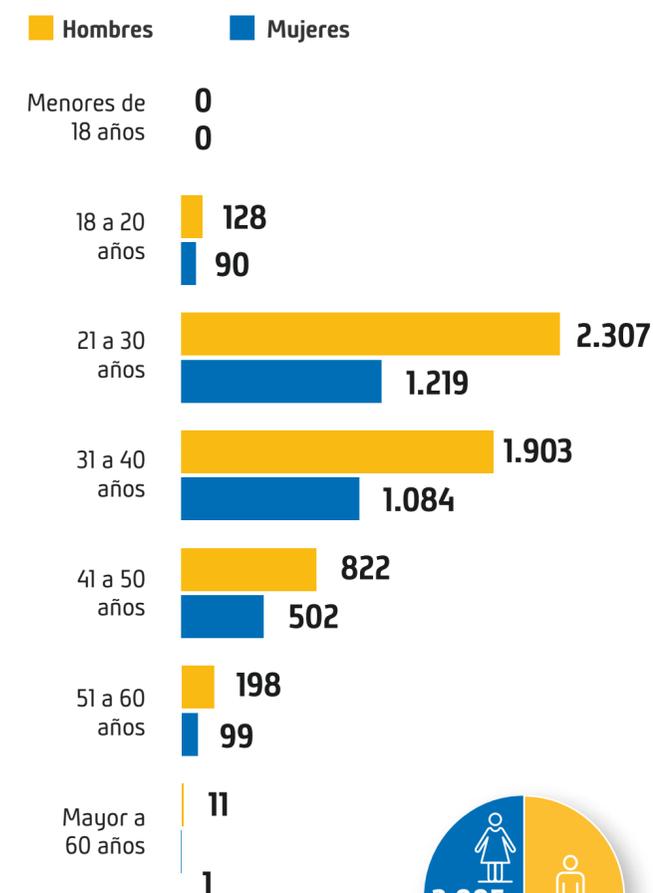


## Nuestro talento humano en cifras

Colaboradores vinculados a Sodimac Colombia



Distribución por género y edades año 2021



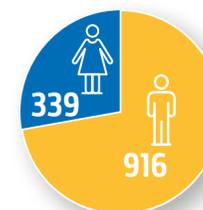
Salario mínimo de Sodimac Colombia comparado con el salario mínimo legal vigente en 2021



### Contrataciones

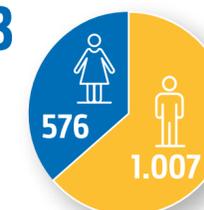
Generación de empleo

**955**  
Colaboradores nuevos / as



### Rotación

**1.583**  
Total retiros



## Comprometidos con la diversidad, equidad e inclusión

Reconocemos nuestro compromiso como empresa de contribuir al desarrollo de una sociedad más justa, con mejores y mayores oportunidades para todas las personas vinculadas a la compañía. Por esta razón, la diversidad e inclusión hacen parte de nuestros objetivos estratégicos y se vinculan transversalmente en todos los procesos que tenemos como organización.

En el 2021 continuamos promoviendo la diversidad, la equidad y la inclusión, entendiendo que estos son atributos que enriquecen nuestra operación, contribuyen a la innovación y a la productividad. Durante el año trabajamos en un plan de acción para fortalecer la gestión con nuestros colaboradores en condición de discapacidad, especialmente, generando un acercamiento digital y presencial en este programa, y así fortalecer sus diferentes habilidades para su desarrollo personal y profesional.

### Programa Manos Capacitadas

Manos Capacitadas es el programa que responde a nuestro compromiso hacia la promoción de la diversidad, equidad e inclusión brindando oportunidades de empleo para población en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial. Trabajamos en alianza con la Fundación Best Buddies, institución dedicada a la inclusión social y laboral. Su conocimiento y experiencia nos permite contribuir a una adecuada adaptación de las/os nuevas/os colaboradoras/es a la empresa, a su desarrollo y el de sus familias.

En el programa Manos Capacitadas tuvimos entre los retos post Covid-19 el combinar la gestión presencial y digital en el área de gestión humana. En 2021, seguimos asegurando el bienestar de nuestros/as colaboradores/as, generando un seguimiento de manera virtual junto con la Fundación Best Buddies, esto con el fin de brindar el acompañamiento en temas laborales y personales a nuestros/as colaboradores/as.

Así mismo, durante este año hubo un período híbrido en el que atendimos casos para hacer su respectivo seguimiento de manera semi-presencial, lo cual generó más cercanía con nuestros/as colaboradores/as en condición de discapacidad y, así, fortalecer sus habilidades a nivel profesional y desarrollo personal.

El acompañamiento que se realizó en el primer semestre de 2021 tuvo lugar desde la virtualidad y para el segundo semestre, retomamos la presencialidad en la mayor parte de los centros de trabajo donde están vinculados/as los/as colaboradores/as que hacen parte del programa.

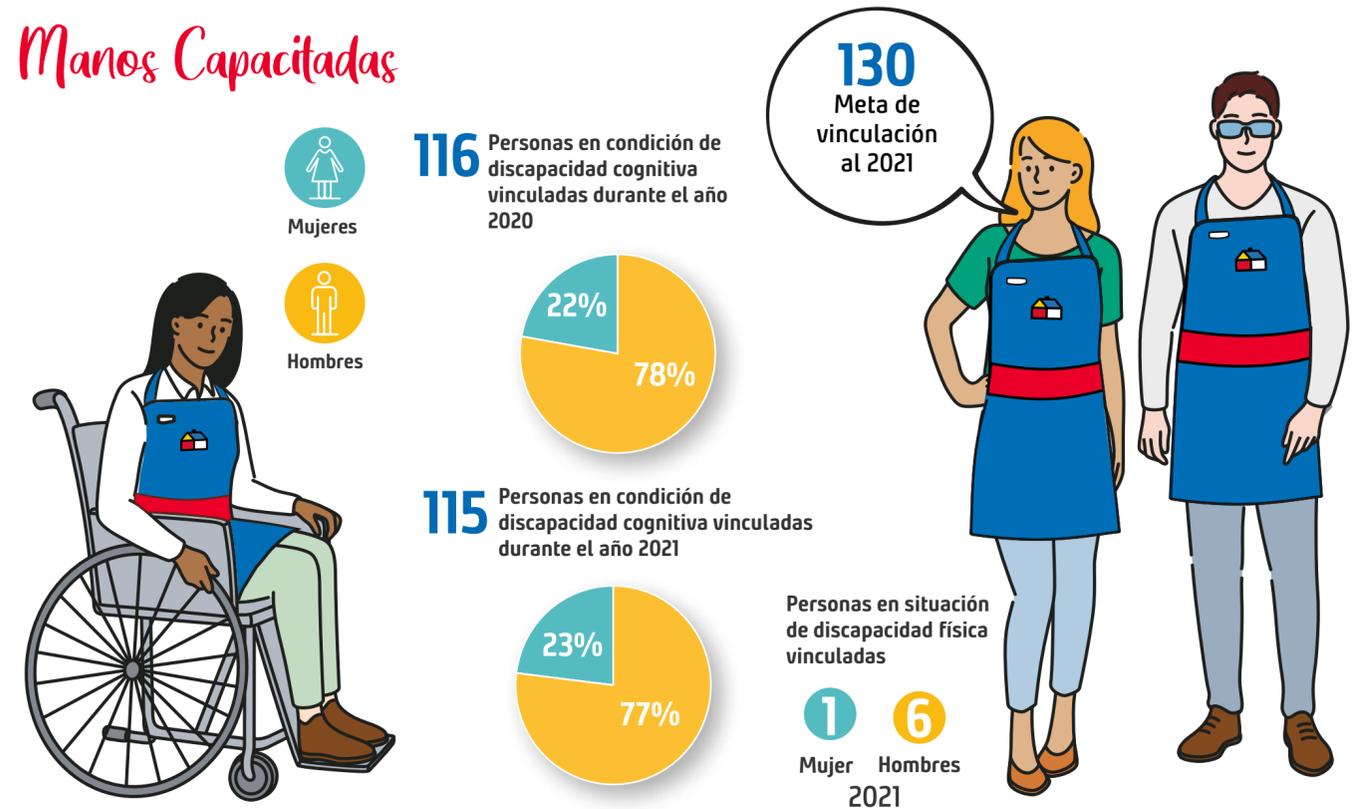
### Estrategias de acompañamiento semipresencial durante 2021



Por último, es importante mencionar que, llevamos 2 años en un proceso de adaptación a los desafíos que impone el entorno por la coyuntura de Covid-19. En el que hemos trabajado para fortalecer las competencias de las personas del programa en habilidades digitales, acompañamiento en un formato de semi-presencial, atendiendo los

requerimientos del gobierno para el cuidado de la salud de las personas. Al cierre de 2021, contamos con un total de 115 personas vinculadas al programa. Esperamos el próximo año las condiciones del entorno sean favorables, para que en el 2021 podamos llegar a la meta de vincular a 130 personas.

## Manos Capacitadas



## Inclusión laboral para personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica

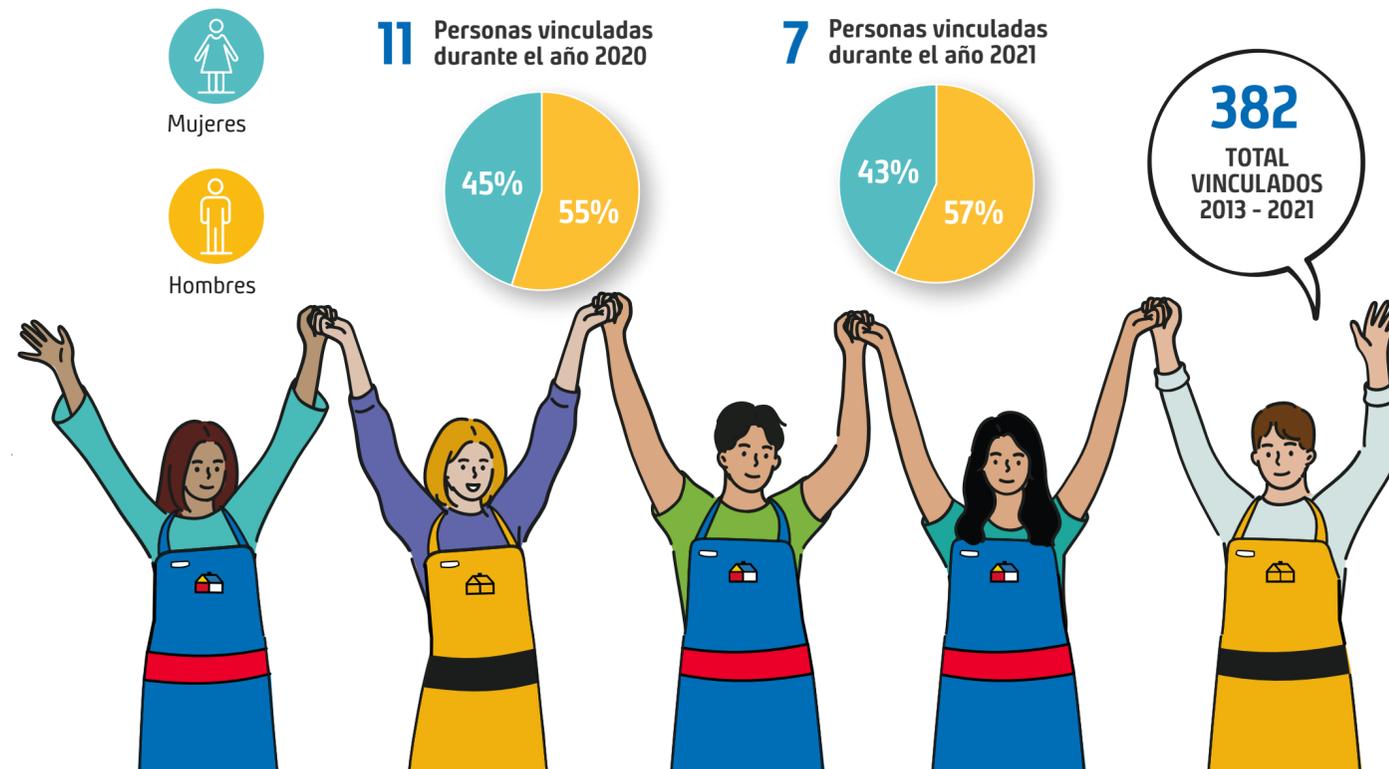
Conscientes de las necesidades del entorno y del potencial de la compañía como impulsadora de oportunidades de desarrollo y crecimiento para los/as colaboradores/as, desde hace siete años trabajamos para vincular población en estado de vulnerabilidad socioeconómica, quienes históricamente han carecido de oportunidades laborales formales y dignas para ingresar al mercado laboral.

Para el 2021 se tenía por meta vincular a 70 personas. Sin embargo, debido a la emergencia sanitaria por

Covid-19 fue necesario detener el programa. En consecuencia, muchas vacantes se vieron congeladas y el proceso de contratación directa fue menor en este período. Por lo que nos enfocamos en el crecimiento personal y profesional de los/as colaboradores/as ya vinculados/as.

Durante el 2021 seguimos trabajando por mitigar estos retos y reanudar por completo este proyecto en el año próximo. La meta de 70 personas vinculadas al programa se mantiene para el 2022.

## Vulnerabilidad socioeconómica



## Fortaleciendo la diversidad y la equidad de género

Contamos con una política de diversidad, equidad e inclusión, la cual representa nuestro compromiso en esta materia. Dicha política está alineada con nuestra política de Derechos Humanos, los pilares de responsabilidad social, los valores y la cultura que nos caracteriza como compañía. Bajo los lineamientos de la política hemos desarrollado iniciativas y programas de equidad e inclusión para diferentes grupos poblacionales que hacen parte de la familia Sodimac.

Para el año 2021, mensualmente tomamos espacios para sensibilizar a nuestros/as colaboradores/as en temas de equidad y diversidad. Por cada fecha conmemorativa mostramos cómo podíamos fortalecer la respectiva temática dentro de la compañía.

### Programa "Conexión Mamás Sodimac"

Pensando en el bienestar y salud de nuestras colaboradoras y sus familias en la etapa de maternidad, en especial en el proceso vital de lactancia, hemos seguido trabajando en el programa "Conexión Mamás Sodimac" dirigido a las colaboradoras y esposas de colaboradores, en etapa de gestación y lactancia. A través de este programa apoyamos y acompañamos a este grupo en su nueva etapa y fomentamos el proceso vital de la lactancia.

Para el programa en 2021, realizamos talleres virtuales de lactancia a través de nuestro ambiente de trabajo colaborativo, Workplace de Facebook. Para las colaboradoras y parejas de colaboradores en los que logramos una audiencia de 125 espectadores interactuando activamente y que, como resultado, tuvimos en las inscripciones a 124 mujeres interesadas en hacer parte del programa. Para el 2022, buscaremos seguir fortaleciendo los encuentros virtuales y presenciales para acompañar y otorgar herramientas clave a las nuevas madres y sus parejas en su nuevo rol.






---

• Webinar

### El rol de la pareja y la familia como apoyo durante la lactancia

Tu pareja y también tu familia pueden ser un gran pilar de apoyo. Te invitamos a este espacio donde veremos más a detalle el rol que cumplen estas personas de tu alrededor como apoyo en la lactancia.

Este espacio ha sido diseñado para ti, acompáñanos:

- 📅 Miércoles 17 de Noviembre
- 🕒 5 pm
- 📍 Plataforma WorkPlace
- 🕒 Recuerda conectarte unos minutos antes.

*¡Te esperamos!*



---

Conéctate con nosotros:  
 ☎ 01800 518 9189 📞 (601) 381 9209  
 🌐 wa.me/573102568736 📧 info@albenture.com.co



¡Cuenta siempre con nosotros!

## Comunidad Manada Sodimac y actividades Pet Friendly

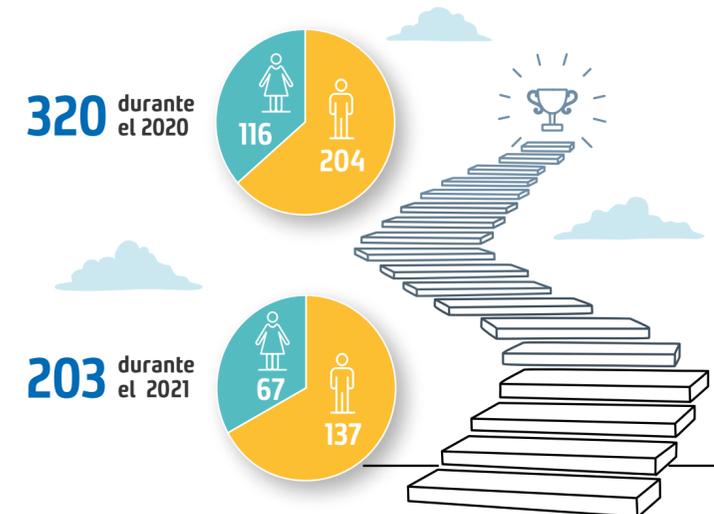
Deseamos contribuir a un mejor ambiente de trabajo para todas las personas. Por esta razón, promovemos las actividades "Pet Friendly" (amigables para las mascotas), para los/as colaboradores/as en nuestra Oficina de Apoyo a Tiendas y para las tiendas Homecenter y Constructor, ya que para nosotros es importante que nuestros/as colaboradores/as puedan contar con el apoyo emocional que brinda la cercanía con su familia. Siendo las mascotas parte esencial en el manejo del estrés y prevención de riesgo psicosocial en estos tiempos en que la dinámica laboral y personal de muchas personas, se ha visto afectada por segundo año por la coyuntura por Covid-19.



## Promociones

Reconocemos el talento humano de la gran familia Sodimac, por tal motivo, nuestro programa de promoción interna se mantuvo durante 2021 y buscamos que las personas de la organización tuvieran participación en diferentes cargos dentro de la compañía y las vacantes presentadas. Seguimos brindándoles este proceso de inclusión y participación, impulsando los principios de nuestra política de diversidad, equidad e inclusión en donde evitamos cualquier tipo de sesgo o discriminación para el proceso de selección de personal.

## Colaboradores promocionados



## El mejor lugar para trabajar

### Encuesta de clima laboral: Entorno Laboral y Salud Emocional

La salud emocional de nuestros/as colaboradores/as es importante para mantener la motivación alta y los resultados de negocio también. La pandemia nos hizo ver la importancia de cuidar el entorno laboral y el nivel de compromiso de las personas. Es por esto que continuamos con la aplicación de la encuesta de Entorno Laboral y Salud Emocional, una herramienta diseñada por Sodimac Colombia, que permite conocer la percepción del entorno laboral, la salud emocional y algunos factores influyentes en la calidad de vida de nuestros/as colaboradores/as en esta nueva normalidad, con el fin de poder construir estrategias y plantear nuevas iniciativas que nos permitiera cuidar a nuestra gente.

En el 2021 se realizaron 2 aplicaciones de la encuesta. En la medición de mayo se incluyó la categoría fatiga laboral para medir el nivel de burnout de los/as colaboradores/as. Los resultados nos mostraron que las acciones realizadas con los hallazgos de 2020 tuvieron un impacto positivo en los/as colaboradores/as, ya que la percepción mejoró en la mayoría

de las dimensiones. Continuamos a lo largo del año con los planes de acción tanto transversales como por sedes de trabajo, con el fin de fortalecer los planes de acción para trabajar las dimensiones de salud mental, camaradería y orgullo.

Como respuesta a los hallazgos y entendiendo que uno de los principales descubrimientos fue nuevamente el tema relacionado al estrés financiero y estrés general (asociado a fatiga laboral), una vez más trabajamos dos programas de acompañamiento con nuestro aliado Albenture, en temas de bienestar laboral y personal:

- Equilibrio Financiero: Acompañamiento y orientación en el manejo de las finanzas.
- Conéctate Contigo: Acompañamiento y orientación para el manejo de la fatiga pandémica (balance vida laboral/persona, retomar hábitos saludables, estrés, entre otros).
- Total colaboradores y familiares inscritos: 1.913

## Resultados encuesta mediciones 2021

	Promedio	Resultado de encuesta general	Resultado por centro de trabajo Promedio		
			Almacenes	Cedis	OAT
<b>GÉNERO</b>					
Femenino	2744,5	83%	2309	57	256
Masculino	4853,5	83%		333	247
Otra	9	80%	5	0	0
Prefiero no contestar	8,5	74%	7	0	1
<b>Total general</b>	<b>7615,5</b>				
<b>EDAD</b>					
56 años en adelante	67	85%	25	2	4
Entre 18 y 25 años	1654	82%	41	277	312
Entre 26 y 40 años	4576	83%	42	54	150
Entre 41 y 55 años	1318,5	84%	41	57	150
<b>Total general</b>	<b>7615,5</b>				
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>					
Bachillerato	2346	85%	1893	121	6
Educación Básica	47	83%	46		1
Técnico	2216,5	85%	1913	106	15
Tecnólogo	1286	85%	988	69	34
Profesional	1537	87%	1179	68	208
Especialización (Maestría y Doctorado)	545	87%	289	26	221



## Zwapp: Nuestra experiencia digital de reconocimientos, ahora a nivel nacional

En el 2021 logramos que el 100% de nuestras sedes estén en la plataforma ZWAPP, nuestra experiencia digital de reconocimientos. Con esta aplicación, buscamos dar mayor autonomía y personalización cuando resaltamos la labor de nuestra gente, ya que da la posibilidad al/a colaborador/a de elegir su premio dentro de un portafolio que encuentra en esta aplicación, según sus intereses y necesidades.

Con el objetivo de seguir ampliando esta experiencia memorable y más digital a la hora de reconocer a nuestros/as colaboradores/as, a partir de abril de 2021 la iniciativa pasó de fase piloto a implementación al 100%, replicándose a nivel nacional en todas las sedes de trabajo (en la fase piloto solo estaba para tiendas Bogotá).

Con esta aplicación buscamos dar mayor autonomía y personalización cuando resaltamos la labor de nuestra gente.

Ahora  
**ZWAPP**

**¡Tiene versión Web!**

Para aquellas personas que tal vez por espacio en su celular, sistema operativo o diferentes razones no pueden usar Zwapp en app de celular.

¿Todavía no te has registrado?

una mayor interacción, ahorro de tiempo, disminución de reprocesos y una mayor oportunidad y eficiencia. Por eso, con el apoyo de distintas áreas implementamos las siguientes herramientas de autogestión y automatización:

- Lanzamiento y estabilización del nuevo sistema de nómina (Softland):** Este nuevo sistema de nómina permite integrar y mejorar el uso de las herramientas de automatización. Permite la integración a través de cargas masivas con procesos de contratación automática, Otrosí Temporales, Ausentismos y licencias, Tiempo Suplementario y Datos de colaboradores.
- Automatización de Tiempos Libres:** A través de la Aplicación de vacaciones ahora es posible que todos/as los/as colaboradores/as SODIMAC puedan solicitar y aprobar las otras opciones de ausentismo como beneficio del día de la familia, día de cumpleaños o licencias no remuneradas.
- Automatización de proceso de otrosí temporales:** Esta herramienta permite que jefes/as y coordinadores/as de Gestión Humana en almacén aprueben o rechacen la solicitud de otrosí y automáticamente crea el documento del otrosí.
- Automatización en el proceso de reporte de incapacidades y licencias:** Mediante este formulario los/as líderes y coordinadores/as de Seguridad y Salud en el trabajo pueden reportar accidentes o incapacidades en el centro de trabajo para que sean reportados en nómina. Igualmente, esta herramienta deja un registro de las incapacidades pendientes de reclamar en físico para recobro.
- Automatización del proceso de ausentismos y tiempo suplementario:** A través de este formulario, los/as jefes/as y coordinadores/as de Gestión Humana pueden reportar los ausentismos no comprendidos en el formulario de accidentes e incapacidades e, igualmente, reportar distintos tipos de tiempo suplementario que tengan lugar en su centro de trabajo.

**BUENAS NOTICIAS**  
¡Nuevos comercios disponibles en Zwapp durante Septiembre!

**fitpal.** **CINE COLOMBIA** **CINEMARK**

Redime tus puntos y disfruta tus reconocimientos.

Algunos de los reconocimientos y premiaciones que ya están dándose por la app son: Tu Pasión Cuenta (tiendas, Cedis y Call Center), Buena Por Esa (OATy Call Center), bono de cumpleaños (nacional), bono por "refrigerio virtual" (OAT y Call Center), premiaciones de Calidad de Vida (concursos, pollas, torneos, celebraciones, entre otros).

Actualmente contamos con 6.950 colaboradores/as activos en la aplicación y casi 40 comercios en el portafolio en diversas categorías como: mercadeo, cines, restaurantes, ropa, calzado, mascotas, entretenimiento, droguerías y recargas de celular. Trabajamos cada día para continuar ampliando la oferta para agregar mayor valor a nuestra gente, para que sigan disfrutando sus reconocimientos en lo que más les guste.

## Transformación digital en procesos de Gestión Humana

En el año 2021, hicimos una revisión de nuestros procesos para identificar cuáles podían ser parte de la automatización y digitalización. Extendimos esta dinámica a los centros de trabajo y distintas áreas de Gestión Humana para facilitar y mejorar la experiencia de nuestro cliente interno y así lograr

**6. Automatización proceso terminaciones de contratos:** Mediante esta herramienta es posible solicitar el estudio y aprobación de la terminación de un contrato de trabajo de un/a colaborador/a. Además, reporta los casos a los/as abogados/as, quienes aprueban o rechazan dichas solicitudes.

**7. Automatización procesos disciplinarios:** Con esta herramienta, coordinadores/as y jefes/as de Gestión Humana pueden iniciar procesos disciplinarios, hacerles seguimiento, cargar la documentación respectiva y cargar los comentarios de avances de los casos. Igualmente, permite a los/as abogados/as encargados/as estudiar los casos y documentos y dar el balance de consecuencias de los distintos procesos.

En el año 2021, continuamos con el proceso de digitalización que se venía implementando desde finales de 2020. Esta estrategia se ha convertido en una mejora de los procesos y, de esta manera, brinda a los colaboradores una condición de trabajo eficiente. Dentro de esta, podemos encontrar:

- **Franco:** uno de los proyectos más importantes de 2021 fue el BOT llamado Franco. Un desarrollo tecnológico dentro de nuestro ambiente laboral digital Workplace de META, que orienta a los/as colaboradores/as solucionando sus dudas con respecto al área de Gestión Humana. Este abarca los temas de autogestión, auxilios y beneficios, pagos y compensación, así como temas de comunidad, que son los proyectos con los que cuenta la empresa para el mejoramiento de calidad de vida de los/as colaboradores/as e iniciativas de responsabilidad social. Con esta herramienta hemos facilitado el acceso de nuestro equipo a Sodimac a los servicios del área de Gestión Humana. Reduciendo tiempos de respuesta, dando a conocer de manera fácil y rápida la oferta de servicios y realizando procesos de autogestión a un clic.

Adicional a esto, se implementó en Franco los códigos QR. Ahí podemos encontrar opciones como el cambio de cuentas, retiro de cesantías, saldos, capacidades de endeudamiento, solicitar beneficios, entre otros.



- Consultas **14.437**
- Usuarios únicos **4.330**



- **Automatización de proceso de contratación:** Este permite que se generen archivos de altas masivas en el sistema de nómina a partir de los formularios que diligencian candidatos/as y encargados/as de contratación. Además, permite validar dicha información.
- **Autogestión con formularios:** Implementamos formularios digitales a través de la herramienta de office 365 para facilitar la solicitud de auxilios y préstamos donde los/as colaboradores/as autogestionen sus solicitudes, cargan los documentos, dejando atrás los documentos en físico y haciendo más rápida su revisión y aprobación.
- **Flujos automáticos de consolidación de datos:** Con esta herramienta, toda la información recopilada en los formularios y herramientas de automatización puede ser consolidada y estandarizada para una única base de datos del área.

Bienvenido a...

# SMART WORKING

Mi nueva forma de trabajo

## Smart Working: Nuestra forma de trabajo

Durante este año continuamos posicionando el SMART WORKING, nuestra nueva forma de trabajo, donde el valor del trabajo mismo está dado por los resultados, el compromiso y la confianza que tenemos en nuestros/as colaboradores/as. Con Smart Working, ir a trabajar a las oficinas es opcional para los cargos que aplican (aquellos que no tienen atención física al público o que no impliquen una vulnerabilidad para el negocio en términos financieros y/o legales). El/La colaborador/a tiene la posibilidad de organizar sus horarios y elegir el lugar desde el que prefiera realizar sus labores cada día, asegurando conectividad (Virtual Office). La presencialidad está contemplada para reuniones de co-creación que la exijan; que la persona quiera trabajar en la oficina o reuniones donde el/a jefe/a necesite presencia física del/a colaborador/a y/o equipo. Por eso hablamos de una *Presencialidad con sentido* donde el propósito de las oficinas cambió para ser un espacio de co-creación, colaboración e integración con los/as compañeros/as.

Como complemento, seguimos posicionando la Guía Smart, buscando asegurar el balance entre la vida laboral/personal y la productividad. Adicionalmente, atendiendo los hallazgos encontrados respecto a equilibrio personal/laboral, en el mes de junio lanzamos *Tiempo para recargar-te*, una nueva iniciativa para ampliar los días libres que tienen nuestros/as colaboradores/as al año, permitiendo que tengan más espacios para compartir con sus familias.



## Modelo de trabajo flexible

En el 2021 actualizamos nuestra política de trabajo flexible para todas/os las/os colaboradoras/es de la Oficina de Apoyo a Tienda de la compañía, siendo coherentes con nuestra forma de trabajar Smart Working, nuestro modelo de trabajo flexible se adaptó a las nuevas circunstancias y hoy continuamos ofreciendo a los colaboradores alternativas para que sigan mejorando su productividad en los entornos de trabajo.

### HOME OFFICE

Trabajo desde la casa o del lugar que se disponga para realizar las funciones encargadas de acuerdo al cargo. Esta modalidad de trabajo estará activa hasta que la empresa lo determine siguiendo siempre las disposiciones dadas por las autoridades nacionales.

1

### VIRTUAL OFFICE

El trabajador puede cumplir con sus compromisos, objetivos y proyectos de trabajo desde su casa o un lugar fuera de ella, con un mínimo de 3 días hábiles a la semana, los cuales pueden ser continuos, discontinuos, fijos o móviles, dependiendo de la necesidad.

2

### ENTRADA Y SALIDA FLEXIBLE

El colaborador puede acordar modificar el inicio y finalización de su horario de trabajo, sin que ello implique una modificación de su jornada laboral. La hora de ingreso podrá ser de 6:00 am a 10:00 am y las horas de salida y finalización deberán ser entre 3:00 pm y 7:00 pm.

3

### VIERNES FLEXIBLE

El/La colaborador/a puede terminar la jornada laboral de uno o más viernes al mes a la 1:00 pm (no incluida hora de almuerzo), para lo cual deberá modificar su horario de ingreso y/o salida de los restantes días de la semana, hasta completar el número de horas contratadas.

4

### FREE PASS

Los/as colaboradores/as pueden solicitar hasta un máximo de 5 días de permiso no remunerado al año, por cualquier motivo.

5

### DESARROLLÁNDOME

Los/as colaboradores/as pueden solicitar hasta dos (2) meses de permiso no remunerado para realizar estudios.

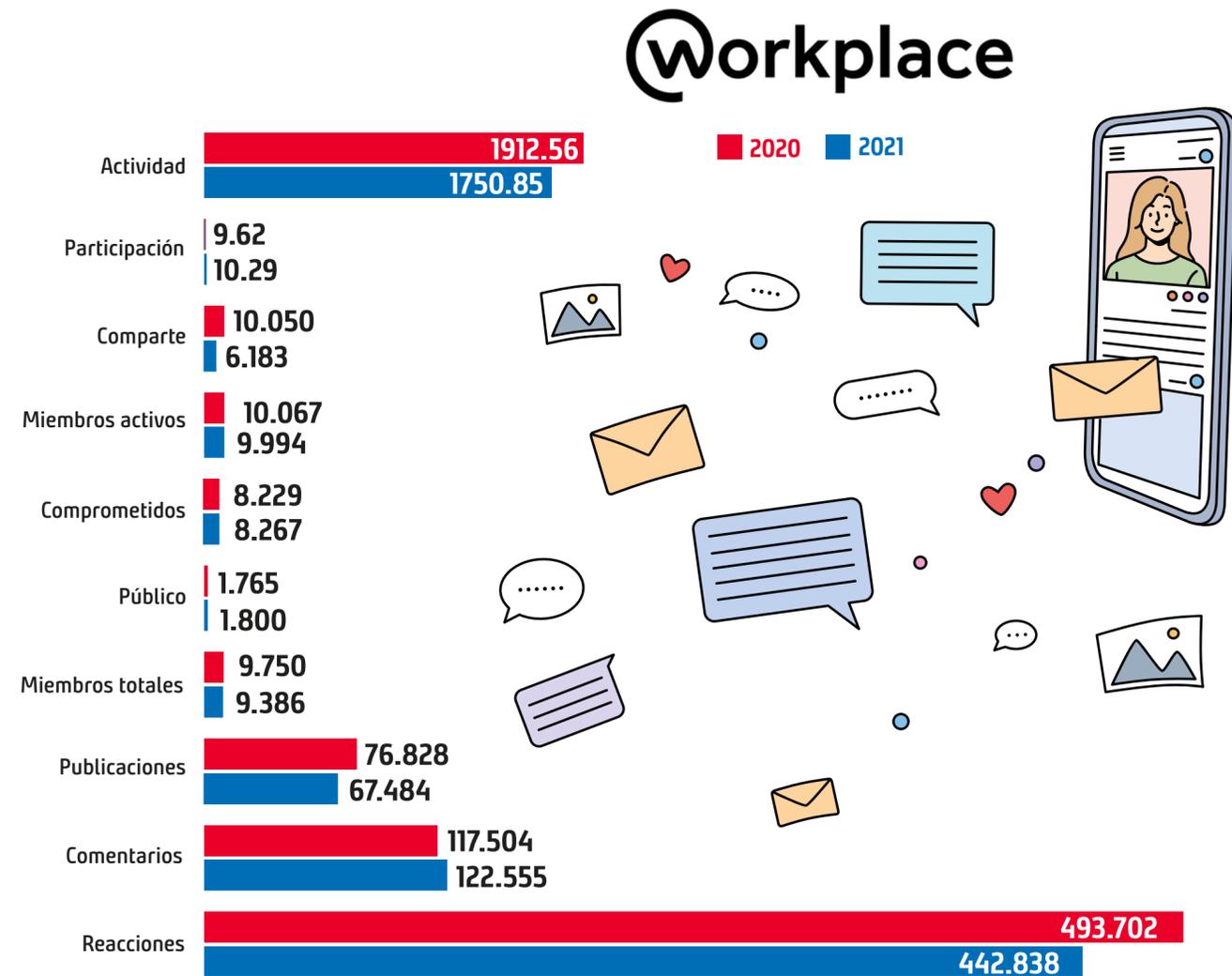
6

## Nuestro ambiente de trabajo colaborativo digital - Workplace

En diversas secciones de este informe, hemos mencionado nuestra herramienta de conexión y acercamiento digital para mantener una interacción permanente entre todas/os las/os colaboradoras/es. Nuestro ambiente de trabajo colaborativo digital: Workplace de META. El cual, ha tenido un papel primordial en la integración con nuestros colaboradores en este tiempo donde el contacto físico se da solo en ocasiones estrictamente necesarias. Este ambiente de trabajo, nos permite interactuar en tiempo real, co-crear, innovar y comunicar adecuadamente todos los lineamientos y acciones de la compañía, así como desa-

rollar nuevas iniciativas con recursos digitales. En tiempos de pandemia, Workplace ha obtenido un gran incremento en la interacción de los colaboradores. Estos son algunos de los resultados del año.

Entre otras alternativas, Workplace se ha convertido para nosotros en la simulación más cercana a un ambiente de trabajo presencial, con equipos que se reúnen y conversan entre grupos interdisciplinarios, generando las relaciones e interacciones informales entre colegas, donde se comparten ideas productivas, que enriquecen las actividades, los conocimientos y aprendizajes de los colaboradores.



### SMART EN TU

*Autonomía y Productividad*

- Por más que parezca obvio es importante iniciar bien el día y eso significa tener rutinas organizadas: arréglate, toma un buen desayuno y respeta los horarios recomendados de sueño.
- Planifica lo que harás en el día, establece metas diarias y tareas que debes cumplir, eso te dará mayor tranquilidad y te permitirá enfocarte en lo importante para que tu día sea más productivo.
- Cuando debas atender asuntos/diligencias personales, asegúrate de haber cumplido con tus entregables y compromisos y de notificarle a tu jefe que vas a estar en dicho asunto.

### SMART TIP

Smart tips de nuestros canales de comunicación:

- Llamadas: Se espera respuesta inmediata.
- Mensaje de Teams, Workchat, Whatsapp: Se espera respuesta en los próximos 30 minutos.
- Comentarios en documentos compartidos: Se espera respuesta lo más pronto posible, máximo 3 días.
- Correos: Se espera respuesta dentro de la semana siguiente a recibirlo.

### SMART TIPS PARA TENER 5 SENTIDOS en tus reuniones

- Llega siempre puntual a tus reuniones y finalízalas también a la hora acordada.
- Mantengamos la cercanía - Activa tu cámara.
- Utiliza audífonos con micrófono.
- Evita enviar emails o chats mientras estás en reunión.
- Evita adelantar otros proyectos mientras estás en reunión.
- Mantén tu micrófono en silencio cuando no estés interviniendo para que no interfieran sonidos que puedas tener a tu alrededor.
- Cuando quieras intervenir pide la palabra con el botón de la manito.
- Si requieres hacer una llamada urgente no programada por Teams, consulta antes si la persona está disponible para atenderte.

### SMART EN TU

*Autonomía y Productividad*

- Sácale provecho a nuestras herramientas colaborativas de Office 365, están a nuestra disposición para facilitar el trabajo y ayudarnos a ser más productivos.
- Si debes cancelar una reunión hazlo con tiempo para que los demás asistentes puedan organizar sus agendas.
- Evita la "reunionitis". Considera si es indispensable una reunión para el tema que quieres tratar o si por otro medio lo puedes abordar (un chat en Teams, un correo, mensaje por Workchat, archivo compartido en Sharepoint o una llamada rápida).

## Herramientas y habilidades "Smart"

Contribuimos durante el año 2020 a la estrategia de la compañía en transformación digital y desarrollamos nuestra nueva forma de trabajo, sin embargo, ninguno de estos proyectos es posible sin el apoyo de herramientas tecnológicas que sirven a la familia Sodimac de canal para interactuar y sumar las contribuciones individuales de los colaboradores en resultados conjuntos que tienen incidencia directa en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Workplace, Microsoft Teams, el correo electrónico, la ruta compartida y demás herramientas tecnológicas han sido fundamentales para el desarrollo de la modalidad de trabajo virtual y adaptarnos a las nuevas necesidades del entorno. Somos consciente de que esta nueva forma de trabajo y la aceleración de la transformación digital implicaría nuevos desafíos para los colaboradores por ello desarrollamos una serie de acciones para implementar y posicionar la Guía Smart, con la cual orientamos para asegurar autonomía, productividad y equilibrio vida laboral y personal.

Acompañamos a los trabajadores con recomendaciones útiles para tener éxito en la nueva modalidad de trabajo la cual denominamos Smart Working, en esta guía Smart compartimos:



## Solicitud de vacantes y concursos internos

Atraer el mejor talento requiere además de una marca empleadora fuerte, el desarrollo de estrategias que permitan optimizar la experiencia de los/as candidatos/as, solicitantes y reclutadores/as. Para lograrlo hemos afianzado en el 2021 el uso de herramientas como AIRA, el *Applicant Tracking System* (ATS) que usando inteligencia artificial nos ha permitido minimizar los tiempos en el área de selección.

Esta plataforma tiene la capacidad de filtrar y seleccionar miles de currículum en segundos, dependiendo de las características que la empresa necesite de la persona. Esto nos ha permitido automatizar el proceso de solicitud de vacantes y concursos internos donde hemos logrado:

- Reducir al 100% el uso de papel.
- Reducir a la mitad los procesos de promoción interna.
- Ahorrar costos de selección en un 50%.

Así mismo, la herramienta de selección mejora la experiencia de los/as candidatos/as en la promoción de as-

censos y refuerza las medidas de transparencia que se realizan, generando información confiable y en tiempo real, tanto cualitativa como cuantitativa, sujeta a análisis e inspección.

## Inducción virtual

Para la contratación de nuevas/os colaboradoras/es para el año 2021, seguimos los procesos de inducción y su desarrollo bajo una modalidad virtual, en la que el principal objetivo es acompañar a los/as trabajadores/as en su proceso de adaptación e incorporación en la compañía, compartiendo los valores y cultura organizacional, creando relaciones de confianza y evitando perder la cercanía con los/as nuevos/as colaboradores/as.

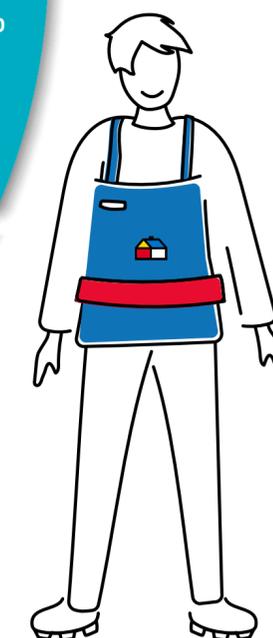
Dentro de las iniciativas para llevar el buen desarrollo de una inducción virtual exitosa, los/as colaboradores recibieron en su bienvenida a nivel remoto un nuevo kit y guía de adaptación en sus respectivos equipos de trabajo. En 2022, seguiremos fortaleciendo la inducción en esta modalidad, mediante una plataforma interactiva que muestre los contenidos más relevantes para el ingreso de nuevos miembros al equipo Sodimac.



## Aplicando la tecnología a los procesos Sodimac

Pensando en facilitar algunos procesos en 2021 y aumentar la eficiencia de nuestra operación de cara a los/as colaboradores/as se han implementado las siguientes herramientas de autogestión, con el apoyo del área de tecnología:

El acercamiento de la digitalización de procesos también se debió a las necesidades impuestas por la pandemia y a nuestra nueva forma de trabajo. Estos son efectos positivos que quedarán como herramientas útiles para ahorrar tiempo y recursos en la operación.



## Escuela de Excelencia Sodimac



### Formación en temas digitales

Sodimac vive una cultura centrada en el cliente, y para asegurarle la mejor experiencia es indispensable desarrollar el talento de nuestros/as colaboradores/as. Es por esto que hemos enfocado los esfuerzos en capacitar a nuestros/as colaboradores/as desde la Escuela de Excelencia Sodimac, invirtiendo un total de 247.788 horas de formación en el 2021, lo que significa que en promedio cada persona ha estudiado al menos 25 horas en lo que va de este año. La situación de pandemia que atraviesa el mundo y la hiperaceleración han impulsado la capacitación asincrónica, lo que se ha convertido en una oportunidad para aprovechar las herramientas digitales, impulsar el autoestudio y mejorar la experiencia del/a colaborador/a. Prueba de ello es que 73% del total de la capacitación se ha realizado en modalidad virtual, cifra que además evidencia el desarrollo de la competencia digital de nuestros/as colaboradores/as. En el 2022, buscaremos aumentar el impacto de la formación en temas digitales, los cuales apalancan la estrategia del negocio y fortalezcan las habilidades de nuestro equipo Sodimac.

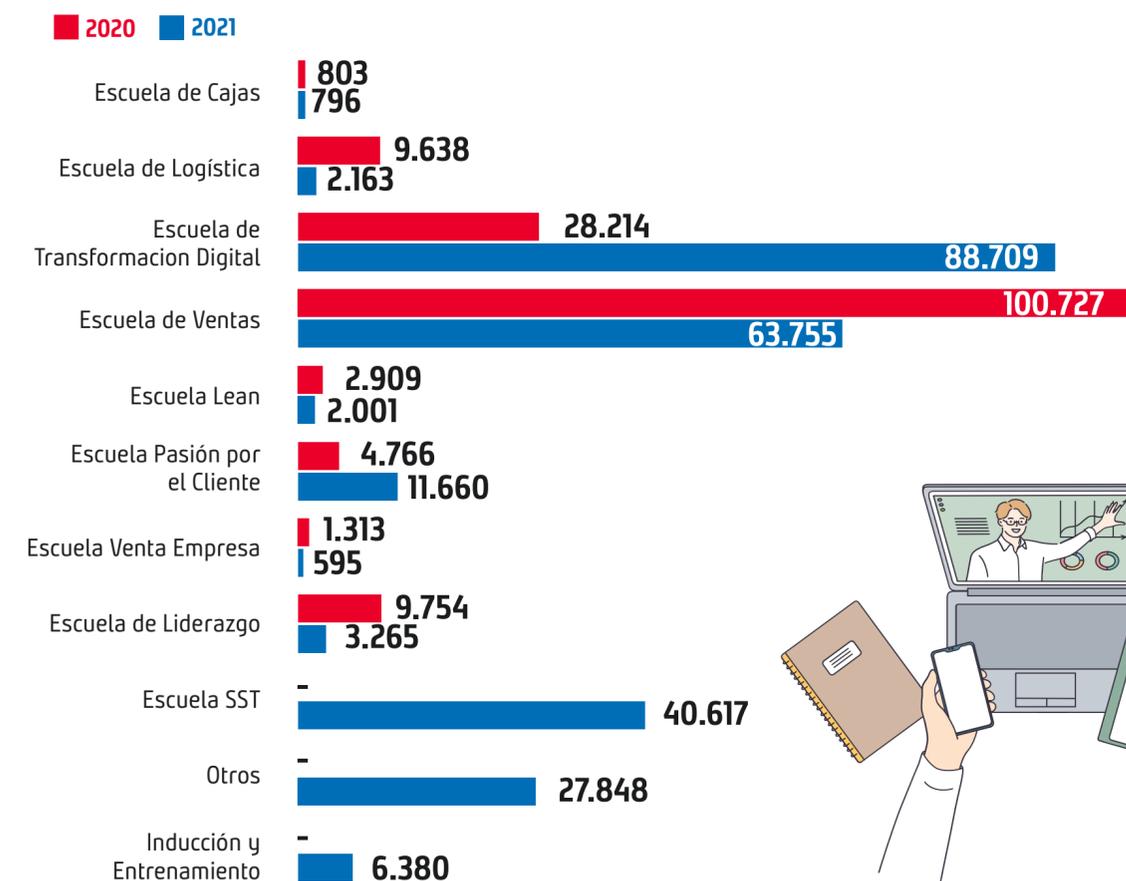
### Escuela de Excelencia Sodimac

Conscientes de las necesidades de capacitación y formación de los colaboradores con respecto a las respectivas áreas de trabajo en Sodimac y nuestros propósitos corporativos, la escuela de excelencia sintetiza los temas de formación que estratégicamente han sido definidos como focos de fortalecimiento e inversión en el aprendizaje de los colaboradores.

#### Promedio de horas de formación por género y nivel de formación

Horas por nivel	Femenino	Masculino	Total general
Nivel 0	0,0	1,0	1,0
Nivel 1	20,0	8,0	14,0
Nivel 2	9,6	13,2	11,4
Nivel 3	18,5	27,8	23,2
Nivel 4	25,7	33,5	29,6
Nivel 5	26,8	24,5	26,6
<b>Total general</b>	<b>16,8</b>	<b>18,0</b>	<b>17,5</b>

### Número total de horas de formación por escuelas



Conscientes de las necesidades de capacitación y formación de los/as colaboradore/as con respecto a las respectivas áreas de trabajo en Sodimac y nuestros propósitos corporativos, la escuela de excelencia sintetiza los temas de formación que estratégicamente han sido definidos como focos de fortalecimiento e inversión en el aprendizaje de los/as colaboradores/as.

### Escuela de Ventas

En el 2021, en la Escuela de Ventas continuamos con nuestro proceso de formación por proyectos e innovamos incluyendo la formación por segmentos: carpintero/a, albañil e impermeabilizador/a, ornamentador/a, pintor/a y drywall, electricista, plomero/a e instalador/a de gas, especialista y acabados. Con este enfoque de capacitación también ajustamos la forma de medir

el impacto de la misma. Comenzamos a medir el Conocimiento Técnico (CT) trimestralmente de acuerdo a estos segmentos de necesidad de los/as clientes/as, llevando nuestras evaluaciones a otro nivel más allá de las familias de proyectos.

### Escuela de Transformación Digital

La Escuela Digital también desarrollamos el programa Equipo Financiero a Otro Nivel (EFON) con el objetivo de habilitar la transformación digital en las personas del área Financiera y Administrativa. De igual manera, dimos continuidad al programa de Data Literacy (la formación para generar habilidades en datos), realizando algunos talleres virtuales enfocados en enseñar a interpretar los modelos de QlikSense que permiten visualizar las métricas de Sodimac del área comercial y de operaciones.

## Autoaprendizaje virtual con Destino U

En paralelo, hemos trabajado en el fortalecimiento de habilidades de nuestros/as colaboradores/as con el autoaprendizaje virtual, gracias al programa Destino U, que hemos implementado con la plataforma de aprendizaje virtual: Ubits. Una opción de capacitación que hace parte de la Escuela Digital en la que brindamos acceso a todas las personas de Sodimac a cientos de cursos disponibles en la plataforma de Ubits, que facilitan la adaptación a los retos de trabajo. La tasa de estudio en promedio para 2021 fue de 12,4 bits (cursos) por cada estudiante.

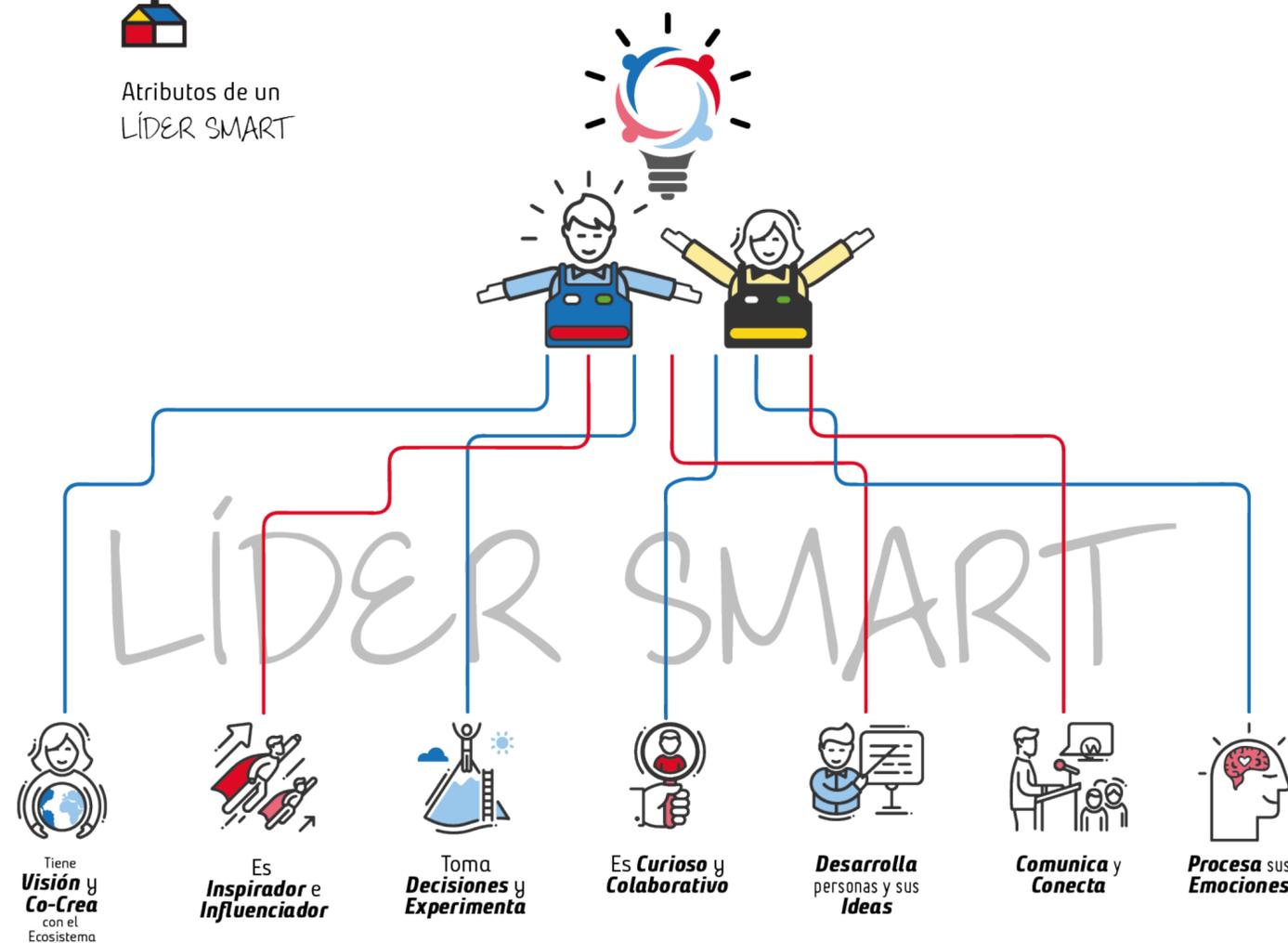
## Formación en programas especializados

Además de la formación en proyectos y segmentos que responde a la estrategia comercial del negocio, trabajamos en una oferta de conocimiento más especializado, por lo cual hemos realizado algunos convenios interinstitucionales que impactan de manera importante en la operación, mejoran la experiencia de los/as clientes/as y retienen nuestro mejor talento. Es así como en julio de 2021 culminamos el técnico en construcción de obras civiles que realizamos desde 2019 con la Universidad Antonio Nariño y del cual se graduaron 86 colaboradores/as. También realizamos con el Politécnico Grancolombiano dos programas para el personal de tiendas: El técnico en operaciones comerciales, del que se graduaron 28 colaboradores/as, y el diplomado en operaciones en retail del que se graduaron 35 colaboradores/as.

Con el fin de darle continuidad a estos programas especializados, este año comenzamos nuevos ciclos de estudio con 40 colaboradores/as en el Diplomado de Operaciones en Retail, 70 estudiantes en el Diplomado de Operaciones Comerciales, ambos con el Politécnico Grancolombiano, y 86 estudiantes en el nuevo diplomado en construcción de obras civiles con la Universidad Piloto.



Atributos de un  
LÍDER SMART



## Líderes Smart

Durante el 2021, nuestros/as líderes vivieron este proceso de adaptación a las nuevas condiciones del mundo en donde la resiliencia se hizo indispensable para sacar a flote sus equipos con los desafíos del mercado tras la pandemia. Es por esto que en Sodimac enfocamos nuestro modelo de Liderazgo bajo el modelo de Líder Smart, un/a líder que hace frente a las dificultades y las ve como oportunidades usando su visión de futuro, tiene al/a cliente/a al centro, tiene mentalidad de cambio, es colaborativo/a, co-crea con el entorno y se atreve a experimentar para ser más ágil. Es un/a líder que además ha desarrollado sus capacidades digitales y alienta a su equipo en ese sentido.

Por esto lanzamos dentro de la Escuela de Liderazgo el taller "Atributos Líder Smart" con el que damos herramientas a nuestros/as líderes para fortalecer los atributos de liderazgo.

Este taller se realiza en 2 grandes ciclos, el primero en 2021, cubriendo al 50% de los/as líderes de la compañía de los diferentes centros de trabajo. El segundo ciclo, se llevará a cabo en 2022, cubriendo al 50% restante de líderes/as.

## Programas de Coaching

Estamos enfocados en complementar el desarrollo de las competencias y habilidades blandas requeridas para lograr los resultados de nuestra organización. Por lo tanto, continuamos con el programa de coaching. Tenemos en cuenta los resultados de clima laboral, las competencias, las evaluaciones de resultados y las matrices de talento de la compañía para seleccionar a las personas que van a hacer parte de este programa. Durante 2021 desarrollamos la siguiente estrategia:

Trabajamos en actividades de desarrollo y consolidación de equipos de trabajo, posibilitando que las personas lleguen a estándares de alto desempeño. Realizamos intervenciones de desarrollo en las gerencias de Servicios, Contraloría, Tecnología, así como algunos casos individuales, y otra serie de intervenciones a los líderes de las tiendas de Envigado, Bello, Rionegro y Mall Plaza; impactando 103 personas

## Nuestros líderes Smart



1. Aseguran que sus colaboradores estén **constantemente informados y retroalimenten las decisiones** y procesos organizacionales de manera presencial y/o virtual.



### Escuela Logística

Los Centros de Distribución son el corazón de nuestra operación, por lo cual tenemos una Escuela Logística que responde a las necesidades de conocimiento de la cadena de abastecimiento. Dentro del convenio con el Politécnico Grancolombiano continuamos también con el diplomado en logística del que se graduaron 37 colaboradores/as del Centro de Distribución y matriculamos 35 personas para el nuevo ciclo. Por otra parte, lanzamos nuevamente el programa de Tecnología en Logística con un total de 35 matriculados/as. Adicionalmente, aprovechamos el formato de Feria Digital de Conocimiento, la cual describiremos a continuación, para reforzar el conocimiento en los procesos logísticos y en Salud y Seguridad en el trabajo logrando una participación del 97% con un total de 359 ingresos.

### Feria Digital de Conocimiento

Para abordar a los/as clientes/as con el conocimiento adecuado, también reforzamos la formación de la fuerza de ventas a través de la Feria Digital de Conocimiento. Es una iniciativa que trabajamos desde Desarrollo de Talento Humano en colaboración con las áreas Comercial, Operaciones, Servicios, Marketplace y proveedores para los equipos de ventas de las tiendas a nivel nacional, Call Center y Venta Empresa. La Feria se hizo a través de una plataforma virtual en la nube, que permitió navegar por stands y pabellones los contenidos multimedia organizados de acuerdo a los segmentos de necesidad de los/as clientes/as. En total participaron 2.822 colaboradores/as y se logró un aumento en el nivel de conocimiento en un 23%, valor estimado a través de evaluaciones previas y posteriores a la navegación del contenido de formación.

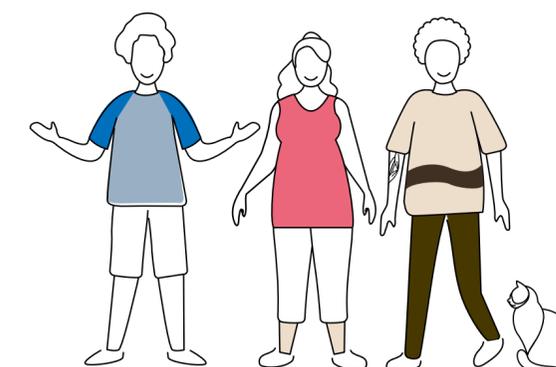
### Transformación Digital para la Salud y Seguridad Laboral

Reforzamos los comportamientos seguros en la conducción de montacargas en tiendas y Cedis, con dos simuladores de conducción segura de montacargas que usan gamificación para el entrenamiento. Por otra parte, lanzamos el simulador de Centro de Corte virtual, un desarrollo a medida de Sodimac que con ayuda de visores de realidad virtual nos permite reforzar comportamientos seguros en el uso de las máquinas de corte y dimensionado como la sierra vertical, la embisagradora, la enchapadora y la ingleteadora. Con esta modalidad virtual y experiencial de formación reducimos los riesgos de accidentes de trabajo y daños en máquinas a futuro.



### Programa Home of Devs

La era digital también ha provocado que todas las empresas estemos buscando el mismo tipo de talento, especialmente en desarrollo de software. Por tal motivo, este año lanzamos un piloto a manera de semillero interno de talento en tecnología con el programa *Home of Devs* (Casa de Desarrolladores), que busca identificar y potenciar el talento de los/as colaboradores/as que tienen bases de conocimiento en desarrollo de software aunque no pertenezcan al área de tecnología; con el fin de cultivar sus habilidades técnicas y que puedan hacer reconversión hacia el área de tecnología trabajando en proyectos de desarrollo de software. Esta estrategia nos permite ofrecer al equipo Sodimac herramientas de conocimiento necesarias para apalancar la estrategia de hiperaceleración digital.





Y los comportamientos que deben tener los colaboradores de la Hiperaceleración son:

### COMPORTAMIENTOS ASOCIADOS A NUESTROS EJES CULTURALES



Adicionalmente, en esta primera etapa hicimos diferentes ejercicios para conocer la percepción de los/as colaboradores/as y tener el insumo para el levantamiento del viaje del/a colaborador/a:

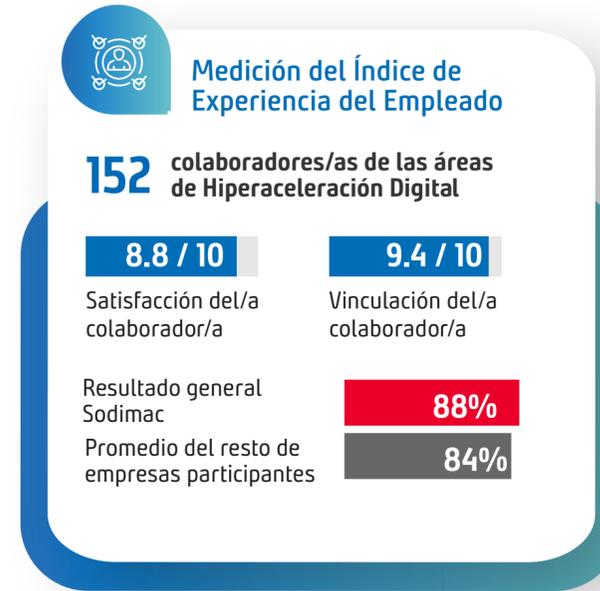
- 25 conversatorios grupales.
- 17 conversatorios individuales para ahondar en temas de Compensación y Beneficios con colaboradores/as y conocer la percepción general de ex colaboradores/as.
- Encuesta de Medición de Experiencia de Empleado.
- Encuesta de Engagement (compromiso organizacional).

### Viaje del/a colaborador/a

Teniendo en cuenta la información recolectada a través de las herramientas de percepción, mapeamos el viaje del/a colaborador/a, el cual nos permitió identificar 21 momentos *WOW* y 15 momentos de dolor. Esto nos llevó a plantear una serie de iniciativas para cerrar las brechas, que lleven a su vez a mejorar la experiencia del/a colaborador/a.

Nos sentimos orgullosos porque los resultados generales de las encuestas realizadas fueron excelentes, demostrando una vez más que los/as colaboradores/as tienen un alto grado de satisfacción por pertenecer a Sodimac y la catalogan como un gran lugar para trabajar.

Compartimos a continuación las cifras más relevantes de cada encuesta:



### Plan de Acción

A partir de los hallazgos del viaje del colaborador, se priorizaron los momentos de dolor más significativos, para ge-

nerar el plan de acción que nos lleve a cerrar las brechas encontradas y asegurar una mejor experiencia. Dentro de las iniciativas más relevantes destacamos:

- Bienvenida e inducción**
  - Nueva plataforma de inducción virtual.
  - Nuevo kit de bienvenida.
  - Guías para que jefes aseguren bienvenida a su equipo.
- Salario**
  - Revisión de valoración de cargos, salarios, beneficios y compensación para las áreas involucradas.
- Plan carrera, crecimiento y formación profesional**
  - Programa Home of Devs (12 a la fecha)
  - Taller de plan carrera (65 participantes a la fecha)
  - Cursos de inglés (42 inscritos)
  - Reposicionamiento de la Escuela de Excelencia Sodimac y Destino U (Ubits).
- Entrega de equipos y usuarios**
  - Evaluación y actualización del flujo actual del proceso en conjunto con las áreas involucradas.
- Equilibrio vida laboral / personal**
  - Programa de acompañamiento para gestión de fatiga pandémica (Conéctate Contigo) (inscritos a nivel nacional: 850 entre colaboradores y familiares).
  - Taller de balance de vida laboral/personal.
  - Lanzamiento programa Tiempo para Recargarte (días adicionales libres al año).

## Familia

Sabemos que las familias son parte fundamental de la vida y del bienestar de nuestros colaboradores, por eso buscamos la participación e integración de las familias como parte de nuestra compañía, generando actividades y talleres enfocados en su desarrollo y que promuevan la consecución de logros.

Como parte de las iniciativas de Calidad de Vida Laboral, este año continuamos movilizándolo nuestro programa de Emprendimiento Familiar, el cual va dirigido a los/as familiares de nuestros/as colaboradores/as y busca brindar herramientas que más adelante puedan significar una oportunidad de generación de ingresos adicionales en el hogar. En una primera etapa, se capacitan en oficios elegidos por ellos/as y patrocinados por la compañía. Posteriormente, en una segunda fase, se capacitan en temas de emprendimiento y plan de negocios, posibilitando la creación de empresa propia. Para el año 2021 tuvimos 98 familiares participantes en los cursos.

## Comunidad virtual: Emprendimientos Familias Sodimac

Aunque ya varias de nuestras actividades de Calidad de Vida y Bienestar se han ido retomando de manera presencial en las tiendas y los Cedis, seguimos manteniendo el cuidado de nuestra gente y los protocolos de bioseguridad. Por esta razón, continuamos la virtualidad en varias de nuestras celebraciones y programas.



¡No te pierdas nuestra Feria Virtual Educativa! SODIMAC corona

Inscríbete al espacio de tu interés para escuchar las oportunidades que estas instituciones tienen para ti y tu familia.

Institución	Día	Horario
open english	22, 24, 26	7:00 a.m.
UNAD Universidad Nacional Abierta y a Distancia	25	5:00 p.m.
EUDE	23, 24, 25	7:00 a.m., 5:00 p.m., 12:00 p.m.
MD UNIMINUTO Cooperadora Universitaria Miembro de Cedes	26	5:00 p.m.
Business School CEIPA	23	12:00 p.m.
ean universidad	24	12:00 p.m.

## Cuidando la Calidad de Vida de Nuestra Gente

Aunque ya varias de nuestras actividades de Calidad de Vida y Bienestar se han ido retomando de manera presencial en las tiendas y los Cedis, seguimos manteniendo el cuidado

de nuestra gente y los protocolos de bioseguridad. Por esta razón, continuamos la virtualidad en varias de nuestras celebraciones y programas.

### ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN Y CELEBRACIONES

■ 2020 ■ 2021

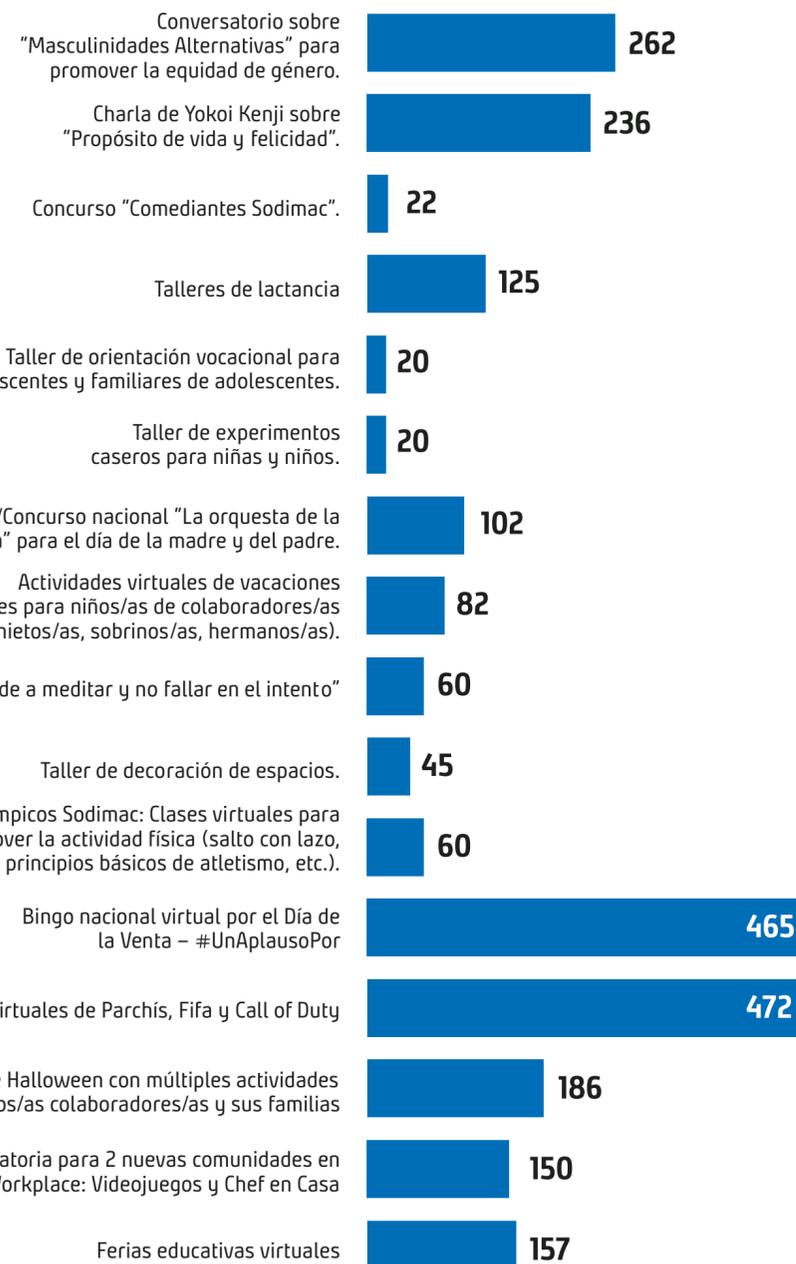
Total actividades.



Colaboradores participantes.



Familias participantes.



## Salud y seguridad

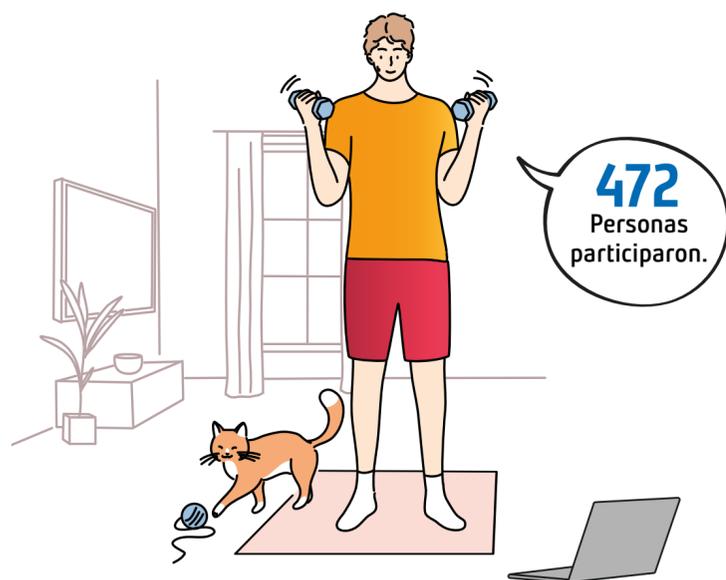
Apoyamos los programas y estrategias desarrolladas por el área de salud y seguridad en el trabajo, con el propósito de establecer incentivos para una vida sana y equilibrada en nuestros colaboradores. En 2021 continuamos realizando varias actividades de manera virtual, contando con invitados y profesionales para generar espacios de conversación, reflexión y expresar habilidades.

Entre las actividades para el desarrollo emocional y salud de nuestros/as colaboradores/as, destacamos:

- Taller de meditación
- Charla de Propósito de vida y Felicidad
- Taller de Orientación vocacional

## Deportes y actividades de mejoramiento físico

Este año seguimos impulsando el desarrollo de actividades deportivas y de mejoramiento físico, por lo que los talleres, torneos y clases virtuales nos permitieron llegar a más personas interesadas en su salud física y, en especial, gozar de entretenimiento en casa a través de la modalidad ESports.



## Vive + Vive Mejor

Nos interesamos en facilitar la vida de nuestras/os colaboradoras/es y para este año seguimos trabajando en alianza con nuestro aliado Albenture, para brindar asesoramiento en diferentes áreas como: legal, salud, psicología, educación, vivienda, ocio, entre muchos otros. Los/as facilitadores/as son profesionales en cada área y tienen todo el conocimiento para responder oportuna y asertivamente las preguntas de nuestros/as colaboradores/as.

Manejamos una línea de acceso directo por Whatsapp, la línea nacional y correo electrónico en la Oficina de Apoyo a Tiendas en el área de Gestión Humana.



- Asesoría en educación.
- Asesoría financiera.
- 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".

## Vive + Vive Mejor

### Asesorías y servicios utilizados



### Crecimiento con respecto al año anterior



## Resultado índice de calidad de vida 2021

Hemos creado un índice para el área de calidad de vida que dé cuenta del grado de cumplimiento de los programas del área en relación con iniciativas en pro del desarrollo y bienestar de nuestras/os colaboradoras/es.

Resultado Índice Calidad de Vida Laboral **105%**

## La psicóloga Sol

A partir del distanciamiento y confinamiento que generó la pandemia, gran número de personas presentaron desafíos emocionales durante este período. Por este motivo, creamos "La psicóloga Sol", una iniciativa de apoyo psicosocial para nuestros/as colaboradores/as que durante 2021 mantuvimos ofreciendo como estrategia de acompañamiento en temas como:

- Manejo adecuado de los sentimientos.
- Control de los componentes subjetivos de la situación.
- Solución del problema: orientar al colaborador para que se conecte con las redes de apoyo existentes como:
  - Albenture.
  - Cruz Roja.
  - Línea Púrpura.
  - Secretaria Distrital de Salud.



- Asesoría social.
- Servicios de gestoría.
- Acceso a red de abogados.
- Asesoría en vivienda.
- Servicios de mensajería.
- Servicios de consejería en general.
- Asesoría fiscal y tributaria.
- Búsquedas comparativas.
- Información en trámites administrativos.
- Acceso a servicio de lavandería con recogida y entrega en la empresa.
- Acceso a psicólogos, pedagogos y otros profesionales seleccionados y acreditados.

## Beneficios sociales

Deseamos contribuir de manera integral al desarrollo personal y profesional de nuestros/as colaboradores/as y sus familias. Por esto, para 2021 seguimos implementando el Plan de Beneficios para la Familia Sodimac, con el que apoyamos económicamente acontecimientos, deseos y/o necesidades que surgen y que aumentan la calidad de las personas cuando logran solventar la satisfacción de esas necesidades.



## Beneficios sociales

### Total beneficiarios



### Monto total de inversión



### Encaminados a mejorar la calidad de vida del colaborador/a

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

### Encaminados a mejorar el consumo

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

### De ahorro

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

### De bienestar y salud

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

### Beneficios creados por la pandemia

- Beneficio de créditos para adecuación de espacios de trabajo en el hogar (escritorio y sillas).
- Beneficio subsidio para conectividad a internet en casa.

### Encaminados a la inversión

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

## Cómo se construyen las relaciones laborales Sodimac



## Decálogo de relaciones laborales

- 1  Nuestras prácticas laborales son justas y cumplimos la ley.
- 2  Creemos en los frutos del trabajo bien hecho, digno, respetuoso y colaborativo.
- 3  Creemos en los compromisos acordados, su cumplimiento y sus consecuencias.
- 4  Creemos en la capacidad de liderazgo transformador y el talento de nuestra gente.
- 5  Trabajamos por un entorno seguro, sano y promoviendo el autocuidado.
- 6  Estimulamos las relaciones basadas en la confianza.
- 7  Actuamos en un marco ético, inclusivo y socialmente responsable.
- 8  Ejercemos la libre competencia con criterios éticos, buscando la preferencia de nuestros clientes.
- 9  Proponemos por una experiencia de trabajo memorable, gratificante y edificante que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores y su familia.
- 10  Creemos en los espacios de confianza, participación y escucha activa a los Colaboradores en pro de la construcción conjunta del mejor lugar para trabajar y del país.

## Nuestras relaciones laborales

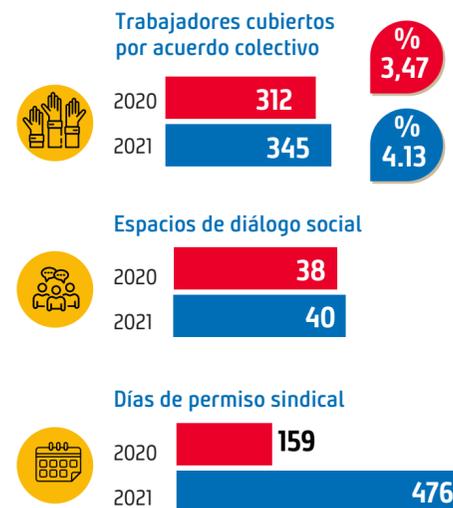
Mantener un ambiente sano y seguro en nuestros centros de trabajo es esencial, por lo tanto, hemos consolidado dos comités enfocados en el aseguramiento del Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo:

- **El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST):** Está conformado por ocho representantes de la compañía y ocho representantes de los/as colaboradores/as. Su principal objetivo es la prevención de accidentes y enfermedades laborales.
- **El Comité Local de Seguridad y Salud en el Trabajo (COLOSST):** opera a nivel local en cada una de nuestras tiendas Homecenter y Constructor.

Además contamos con espacios como:

- **Comité de Convivencia:** Es un espacio de confianza donde se trabajan todos los mecanismos de prevención y/o corrección ante eventuales conductas de acoso laboral.
- **Diálogo Social:** Como compañía, estamos comprometidos con el respeto al derecho de asociación, la libertad sindical y la negociación colectiva, por ello generamos espacios de comunicación constructiva gracias al diálogo directo y franco con nuestros colaboradores sindicalizados a través de "Sintrasodimac".

### JUNTAS DIRECTIVAS DEL SINDICATO



## Nos Comprometemos a Cuidarnos: Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

Estamos comprometidos con nuestra declaración "Nos Comprometemos a Cuidarnos". Por esto, continuamos avanzando en la implementación y el mantenimiento de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, con el cual buscamos garantizar la mejora en la calidad de vida de nuestros/as colaboradores/as, clientes, proveedores y contratistas, generando un ambiente seguro a través de acciones enfocadas en mejorar condiciones, procesos o actos.

Por medio de este sistema articulamos todas las actividades, procesos e iniciativas guiadas al cuidado de las personas, siendo el autocuidado esencial en la gestión, todo bajo el ciclo PHVA (planear, hacer, verificar, actuar).



El Sistema de Gestión de Seguridad establece 4 objetivos de acuerdo a los pilares y peligros significativos de Sodimac Colombia:

En 2021, destacamos que gracias a la implementación adecuada de nuestro Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo logramos una reducción en el resultado de la tasa de frecuencia para accidentalidad en comparación con el año 2020, evidenciando así una disminución del 6.5%.

Por otra parte, a raíz de la coyuntura por la pandemia Covid-19, diseñamos e implementamos en todos los centros de trabajo un modelo de gestión integral para el manejo de la emergencia sanitaria. Dentro de las diferentes estrategias se estructuró un Protocolo de Bioseguridad con más de 60 anexos, tanto generales como algunos aplica-

bles a operaciones específicas de la compañía, el cual fue aprobado por la entidad externa Administradora de Riesgos Laborales, protocolos que se ajustan a los cambios en el entorno. Esto permitió la operación segura en nuestros centros de trabajo y el cumplimiento de la normatividad aplicable, con el fin de cuidar la salud de clientes/as, terceros, colaboradores/as y sus familias.

Como parte de la estrategia de implementación del modelo Covid-19, nos unimos a la estrategia del Gobierno Nacional de Empresarios por la Vacunación con la adquisición de 8.798 esquemas de vacunación de la Farmacéutica Sinovac, logrando proteger a colaboradores/as, familiares y terceros.

Al cierre del año 2021 obtuvimos los resultados que se muestran en el siguiente gráfico,

## Objetivos sistema de gestión SST

Reducir las tasas de accidentalidad en los grupos de interés, gestionando los peligros que los pueden ocasionar.

Reducir la incidencia de Enfermedad Laboral por lesiones osteomusculares, gestionando los peligros que los pueden ocasionar.

Ampliar y mantener el proyecto de formación para que los colaboradores puedan desempeñar su trabajo de forma eficiente, cumpliendo con los estándares de seguridad y salud.

Forjar una cultura del autocuidado apalancados en la transformación digital para propender a una mayor productividad y una mejor calidad de vida para colaboradores y contratistas brindando una mejor experiencia de compra a los clientes en ambientes seguros.

### Pilares

Gestión de Peligros y Riesgos: Prevención de accidentes de trabajo.

Gestión de Amenazas: Prevención de emergencias.

Gestión de Salud: Gestión y prevención de enfermedades laborales y salud de colaboradores.

### Criterios

Enfermedad laboral

Accidentes graves

Regulados por Ley

Matriz de Peligros Probabilidad (>alta) o consecuencia >= a grave)

### Peligros significativos

- 1 Biomecánico (Manejo de cargas/ tareas repetitivas)
- 2 Auditivo
- 3 Almacenamiento
- 4 Montacargas
- 5 Emergencias
- 6 Mecánico
- 7 Alturas
- 8 Eléctrico
- 9 Vial
- 10 Químico
- 11 Psicosocial
- 12 Contratistas Clientes
- 13 Biológico COVID 19
- 14 Espacios confinados
- 15 Máquinas Críticas



## Empresarios por la vacunación

**8.798** Esquemas adquiridos  
(17.596 dosis Sinovac)

**13.979** Dosis aplicadas **79,5%**

1° dosis 2° dosis 2° y 3° dosis

**11.888** a colaboradores  
6.159 5.729

**1.343** a familiares  
826 517

**748** a terceros  
427 321

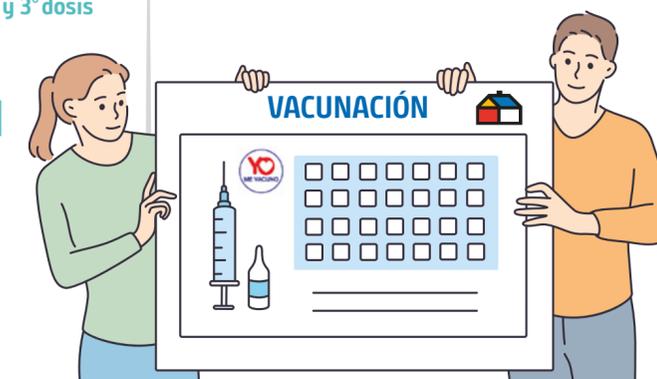
Resultados vacunación General colaboradores Sodimac  
(4.479 Plan Nacional + 13.979 Plan Empresarial)

**94,4%** Primera dosis **8.709**

**83%** Segunda dosis **7.616**

### Ciudades

**10** Con proceso finalizado **10** Faltan por cerrar **6** con menos de 200 dosis por aplicar **4** con mas de 200 dosis 5 por aplicar (Bogotá Medellín, Cali, Barranquilla)



**6,2%** **259** Colaboradores que no se quieren vacunar

Gestionables por temor **30%**  
Culturales o Creencias **20%**  
Condiciones Médicas **4%**  
Se vacunarán **21%**  
Ausentes **25%**

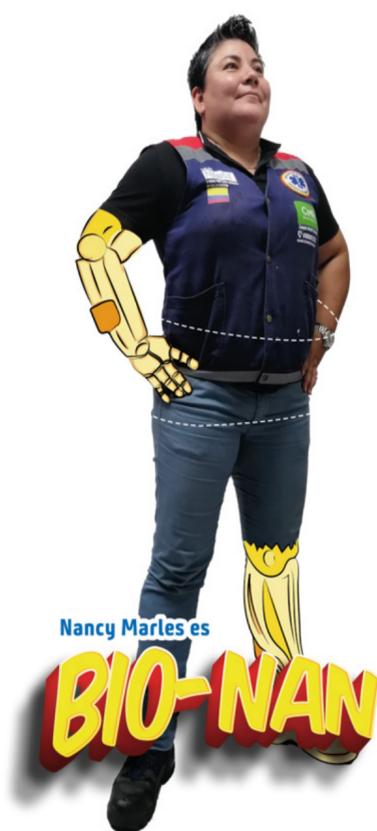
## Transformación Digital en Seguridad y Salud en el Trabajo

Comprometidos con los objetivos de la compañía en materia de transformación digital, desde Seguridad y Salud continuamos implementando herramientas que permiten automatizar los procesos, como: ISOTOOLS y POWER BI (aplicación de la suite de Office 365 por medio de la cual se gestiona la caracterización de enfermedad laboral). Estas nos permiten administrar eficientemente el Sistema de Gestión, según los estándares establecidos en la normatividad vigente. Favoreciendo la conservación documental, la mejora de los procesos, así como la accesibilidad y búsqueda rápida de la información.

Se mantiene la estrategia de sensibilización denominada la Liga del Cuidado, posicionada con la herramienta Workplace en la cual tenemos la mayor visibilidad y participación de los/as colaboradores/as.



Para el año 2021 el desempeño del #ligadelcuidado fue el siguiente:

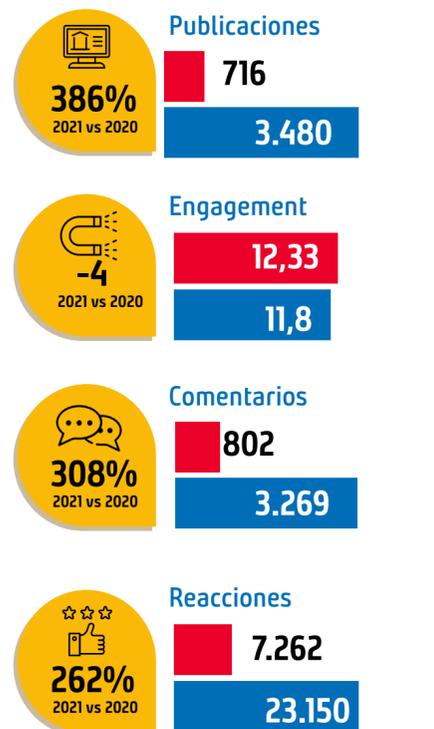


## #LaLigadelCuidado

- Marcada diferencia en el desempeño digital de **#laligadelcuidado**.
- Usando la imagen de súper héroe generamos un impacto digital más potente y empático.
- Aunque el engagement disminuyó frente al año pasado, es un comportamiento común, como resultado al incremento de contenido generado.
- Este año se logró un indicador record de:

**692.615**  
Visualizaciones con el contenido.

■ 2020 ■ 2021



Por otra parte, cerramos el año con 5 Unidades Vocacionales de Aprendizaje Empresarial aprobadas por el Ministerio de Trabajo para la formación de trabajo en seguro en alturas, alcanzando un total de 829 personas capacitadas en estos espacios.

Uno de los retos más importantes de la compañía alcanzados en 2021 es la acreditación de nuestro Sistema de gestión SST por parte del Ministerio de Trabajo. Y se continúa trabajando temas SST con el círculo especialista como estrategia de valor agregado en esta comunidad, extendiendo los aspectos de Seguridad y Salud como las siguientes acciones:

- Formación en alturas: 215 socios/as especialistas
- Otras Capacitaciones Virtuales: 870 asistentes

Seguidamente, en el 2021 desarrollamos una estrategia en la que se generó una nueva identidad de la Liga del Cuidado. En ella, nuestros/as líderes de SST (Seguridad y Salud en el Trabajo) son los/as representantes de un riesgo y un/a superhéroe, cada uno/a de ellos/as es movilizador/a y responsable de su frente. Esto generó un impacto muy positivo en su desempeño y en la estrategia de la compañía en pro del cuidado de la salud y seguridad.

Como parte de la estrategia de prevención contra Covid-19, se mantuvo el numeral #Juntosnoscuidamos para fortalecer el mensaje del cuidado en las publicaciones de Workplace y logramos los siguientes indicadores como se aprecia en el siguiente gráfico.

## # JuntosNosCuidamos

JUNTOS NOS CUIDAMOS es un frente que sigue teniendo movilización y un reflejo es impacto que genera en los colaboradores:

**4.262**  
Comentarios

**23.000**  
Reacciones.



En esta casa, tu bienestar y el de todos los colombianos es lo más importante **#JuntosNosCuidamos**



Ahora bien, nuestra meta para el próximo año es continuar reduciendo las tasas de accidentalidad e incidencia de enfermedad laboral para todos nuestros grupos de interés, trabajar en la acreditación del SG-SST (Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo) ante el Ministerio de Trabajo. Además, mantener la gestión preventiva del Covid-19 en todos los centros de trabajo, ampliar y continuar con el proyecto de formación mediante la Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo, centrados en la transformación digital.

## Política actualizada de SST 2021

### POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SODIMAC COLOMBIA S.A.

En SODIMAC COLOMBIA S.A., desde la estrategia de la compañía nos hemos comprometido al cuidado de nuestra gente bajo la siguiente declaración "nos comprometemos a cuidarnos y a trabajar para ser cada vez mejores". Para ello desarrollamos e implementamos el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo acorde a la normatividad legal en el país, con el fin de prevenir, intervenir y mitigar los riesgos para la seguridad y salud de todos los colaboradores, contratistas, sub-contratistas y clientes, acorde a la naturaleza de nuestras operaciones en todos los centros de trabajo.

Esta política tiene como objetivos específicos :

1. Identificar peligros , evaluar y valorar los riesgos estableciendo los respectivos controles
2. Proteger la seguridad y salud de los colaboradores, mediante la mejora continua del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.
3. Cumplir la normatividad Vigente aplicable en materia de riesgos laborales.
4. Forjar una cultura del autocuidado para propender a una mayor productividad y una mejor calidad de vida para colaboradores y contratistas brindando una mejor experiencia de compra a los clientes en ambientes seguros

Con esta política ratificamos el compromiso de la alta dirección y de todas las partes interesadas para su cumplimiento.

Firmada el 2 de Enero de 2021.



Miguel Pardo Brigard  
Gerente General Sodimac Colombia S.A.

PO-SST-001 Revisión 8

## Gestión de peligros

Nuestra gestión está enfocada en la identificación de peligros, evaluación y tratamiento del riesgo para la prevención de accidentes laborales, de clientes/as o terceros. En este sentido, hemos desarrollado diferentes programas dentro de los cuales se destaca la gestión de peligros significativos, los reportes de condiciones, procesos o actos inseguros (denominado CPA), la Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial (UVAE), y la Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo.

## Peligro químico

En cuanto a nuestra gestión de peligro químico, implementamos sistemas de inyección de aire en el 100% de Centros de Corte y Dimensionado de tiendas. Esto nos permite reducir el riesgo químico. Se continúa con la gestión de sustancias químicas en el proyecto PIM (*Product Information Management*), garantizando información desde el registro del proveedor y la disponibilidad de consulta online de las fichas de datos de seguridad y tarjetas de emergencias. Para el año 2021 contamos con 163 proveedores y 7.201 productos con fichas de datos de seguridad y tarjetas de emergencia. Lo que representa un 68% de

los proveedores que han sido evaluados con respecto a los temas de riesgo químico.

## Peligro eléctrico

En el 2021 realizamos la aplicación de termografías en todos los centros de trabajo, concesiones y mantenimiento de instalaciones, equipos, máquinas críticas y la formación al personal de mantenimiento. Adicionalmente, continuamos con la implementación del cumplimiento normativo según lineamientos de la Resolución 5018 de 2019.

## Peligro mecánico

Realizamos una formación con proveedores en operación segura en el centro de corte y dimensionado a 339 colaboradores/as. Además, como parte de la transformación digital a través de la tecnología de realidad virtual, mantuvimos la operación del simulador de operación segura de máquinas de corte, en el cual se formaron en 5 escenarios de máquinas un total de 44 colaboradores/as.

Efectuamos la formación de 222 colaboradores/as en la operación segura de puente-grúas y trabajamos en formar a los/as Líderes de Seguridad y Salud en el Trabajo como formadores/as para reentrenamiento.

## Peligro vial

Continuamos con la formación teórico-práctica en realidad virtual del Simulador Montacargas CETTIC, alcanzando al cierre del año un total de 534 operadores/as reentrenados/as en Sim. Pasillo angosto y 564 operadores/as reentrenados/as en Sim. Propano, con una cobertura de 29 centros de trabajo. También, continuamos con la ejecución de los exámenes psicosenométricos para garantizar la aptitud de los/as colaboradores/as que operan montacargas y vehículos de clientes en Car Center, y así asegurar que están desempeñando sus funciones de manera responsable.

## Almacenamiento

Actualizamos el manual de almacenamiento para Centros de Distribución y Tiendas, se ejecutaron los higiénicos a la estantería crítica. Y realizamos el acompañamiento respectivo en la gestión del cambio para la ampliación de la capacidad de almacenamiento en Cedis Funza.



## Semana del Cuidado

Continuamos con el desarrollo de diferentes tipos de actividades favorables para la salud y seguridad en el trabajo, con el propósito de prevenir y controlar los peligros significativos que pueden llegar a afectar el ambiente sano y seguro. Por ello desarrollamos la semana del cuidado con diferentes actividades para la prevención y el cuidado de la salud.

## Número de participantes en actividades

Peligro Biomecánico	2.676
Peligro Almacenamiento	1.779
Peligro Vial	1.696
Peligro Mecánico	1.644
Peligro Psicosocial	1.712
Peligro Emergencias	1.692
De otros peligros	2.359



## Riesgo Biológico por Covid19

Diseñamos e implementamos diferentes medidas de intervención para la gestión, prevención y manejo del Covid-19 al interior de la compañía.

## Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo

Cumpliendo con nuestro objetivo del proyecto de formación, se mantuvo la Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo con el enfoque en transformación digital.

## Estrategias de reporte preventivo

Continuamos con la estrategia para el reporte de Condiciones, Proceso o Actos inseguros, CPA digital vía teléfono móvil, en donde automáticamente y de forma inmediata se puede reportar y tomar registro fotográfico enviándolo al centro de trabajo donde se identifica. Posteriormente, en cada centro de trabajo, el líder de Seguridad y Salud genera las alertas y gestión con su equipo para el cierre de los hallazgos.

### Ventajas:

- Eliminar papel.
- Mejora en los tiempos de gestión y de consolidación de resultados.
- Generación de informes para la gestión de cierre con el centro de trabajo.
- Participación de colaboradores/as o terceros: Esta herramienta busca involucrar e incentivar a tanto a colaboradores/as como a terceros (Proveedores, contratistas, clientes/as).



Reportes mediante el uso del código QR



## Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial UVAE

Contamos con 5 UVAE en las ciudades de Cali, Medellín, Barranquilla, Bogotá y Funza.

829  
colaboradores/as formadas en el 2021



## Gestión de amenazas

Nuestra gestión también está enfocada en la prevención y atención de emergencias, por lo cual llevamos a cabo simulacros con colaboradores/as y clientes/as, guías locales de emergencias, reportes, entre otras.

Incluimos el plan de emergencias familiar al simulacro de autoprotección, con el fin de que los/as colaboradores/as realicen los preparativos para reducir los riesgos que puedan afectar negativamente su bienestar o el de sus familias durante una emergencia o desastre.

A continuación, presentamos las diferentes estrategias con las que contamos para la gestión adecuada de amenazas.

## Simulacro nacional de autoprotección

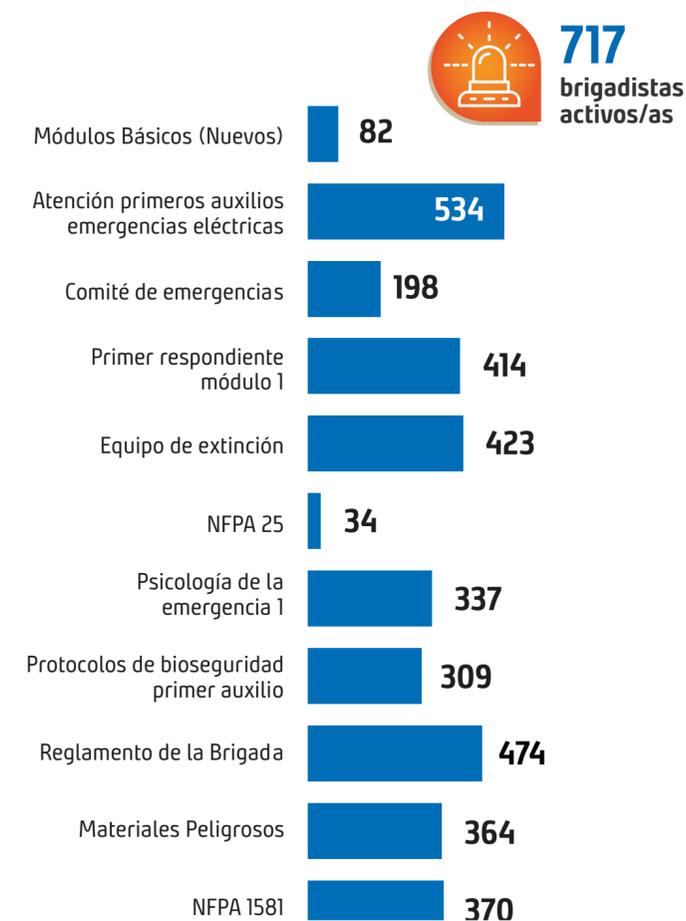
Durante 2021 participamos en el sexto Simulacro Nacional de Evacuación por Amenazas según región. En la jornada participaron 3.452 personas, incluidos/as colaboradores/as, clientes/as, contratistas y mercaderistas.



## Brigada de emergencias

Contamos con un grupo de colaboradores/as voluntarios/as, enfocado en cuidar al equipo Sodimac en todos los centros de trabajo con el objetivo de prevenir, mitigar y controlar las emergencias que se puedan presentar.

Trabajamos continuamente en fortalecer sus conocimientos básicos para garantizar una atención adecuada y oportuna ante cualquier impacto generado por una emergencia. Por ello, durante 2021 capacitamos en temas asociados a emergencias un total de 3.539 colaboradores/as en los temas como:



Para el año 2021 se mantiene un total de 717 brigadistas activos/as.

## Gestión de salud

Trabajamos en la prevención de enfermedades laborales, por lo cual llevamos a cabo diferentes programas y actividades enfocadas a la promoción de la salud de nuestros/as colaboradores/as. Dentro de las acciones que llevamos a cabo se encuentran un sistema de vigilancia osteomuscular, pausas activas, campañas mensuales de enfermedades respiratorias, gastrointestinales, entre otras. Adicionalmente, diseñamos el modelo de Gestión de Salud para la prevención, detección y monitoreo del Covid-19.

## Sistema de vigilancia epidemiológico osteomuscular

Dentro del Sistema de Vigilancia que tiene como objetivo la prevención de lesiones osteomusculares para nuestros/as colaboradores/as. Como parte de la estrategia para la reducción de la accidentalidad realizamos:

- 2 Tutoriales Generales Prevención lesiones osteomuscular: 9.067 Colaboradores Formados.

## Logros 2021

### Promoviendo el emprendimiento familiar



**605** miembros Familias Sodimac  
Comunidad virtual emprendimientos



**150** miembros  
Comunidad virtual Videojuegos y Chef en Casa



**850** inscritos  
Programas de acompañamiento a través de Vive + Vive Mejor Conéctate conmigo



**98** familiares  
Programa de emprendimiento y capacitación para familiares de colaboradores

- 8 Tutoriales Específicos mercancías críticas: 2.697 colaboradores formados.
- 2 Perfiles Antropométricos.
- 100% Contenidos UVAE Tiendas.
- 100% Cartillas de ejercicios y contenido Workplace.
- 146 Inspecciones Virtuales a puestos de trabajo en casa.
- 169 Seguimientos correo recomendaciones y felicitaciones.

## Stop Saludable

Llevamos a cabo pausas activas en todos los centros de trabajo, con el propósito de garantizar el estado de salud de nuestros colaboradores a través de ejercicios físicos que permiten revitalizar la energía corporal y mental. Número total de participaciones: **120.008**.

## Riesgos psicosocial

Con apoyo del área de Calidad de Vida se realizaron diferentes actividades que contribuyen a la gestión del riesgo dentro de la compañía, en estas jornadas se contó con la participación de colaboradores/as y sus familias.

### Calidad de Vida Colaboradores y Familiares



**20** actividades  
(Talleres, concursos, ferias, torneos)



**2.229** participantes  
(Talleres, concursos, ferias, torneos)



**1.063** Colaboradores Inscritos Albenture  
Bienestar Financiero



**124** Colaboradoras y esposas de colaboradores  
Conexión Mamas SODIMAC

## Programa estilos de vida saludable

Realizamos campañas y sensibilizaciones dirigidas a la prevención de enfermedades inmunoprevenibles y riesgo de salud de nuestros colaboradores, con el propósito de que mantengan un estado de salud favorable.

Tema	Participantes
Nuevo estilo de vida saludable.	7.446
Prevención de enfermedades cardiovasculares.	9.156
Daño a la salud visual asociada al uso de video terminales.	6.823
Enfermedades transmitidas por vectores.	6.652
Enfermedades no transmisibles.	6.579
Prevención de consumo alcohol, sustancias psicoactivas y tabaco.	7.250
<b>Total</b>	<b>43.906</b>

## Indicadores de gestión

Cada año evaluamos nuestra gestión para establecer planes a la generación de un ambiente de trabajo sano y seguro, buscando disminuir los riesgos inherentes a nuestras labores diarias.

Índice de lesiones de incapacidad (ILI).	0,13%
Tasa de frecuencia a la accidentalidad.	4,77%
Tasa de severidad.	26,72%
Tasa de mortalidad de accidentes de trabajo	0
Número de accidentes de trabajo con o sin pérdida de tiempo.	363
Total de días de incapacidad laboral por accidentes de trabajo.	2.033
Ausentismo laboral por causa médica.	18,55%
Número de casos nuevos por enfermedad laboral.	3



Seguimos comprometidos con nuestros contratistas. Por esta razón, compartimos con ellos/as buenas prácticas, trabajamos en la prevención de posibles riesgos asociados a la salud y a la seguridad, y desarrollamos un plan de capacitación para este grupo de interés. Durante el 2021 formamos a 22.119 personas asociadas a las empresas contratistas con un total de 44.238 horas. Adicionalmente, dimos alcance a todos/as nuestros/as contratistas y terceros en el protocolo de bioseguridad de prevención de Covid-19.

## Auditoría interna y externa

Durante el año 2021 como parte de nuestro programa anual se ejecutaron 26 auditorías internas en nuestros centros de trabajo, obteniendo en promedio un 80.9% de cumplimiento de los estándares mínimos de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Así mismo, nuestro sistema de gestión de SST fue evaluado por entes externos, tales como:

- Audilimited: 39 centros de trabajo auditados con 93% promedio de cumplimiento.
- Secretarías de salud: 40 visitas a centros de trabajo.
- Ministerio de Trabajo: 4 requerimientos laborales tramitados.



# ¿Qué estamos haciendo por nuestra comunidad?

*Somos conscientes del impacto positivo que podemos generar como compañía, alrededor de las comunidades donde nuestras operaciones se llevan a cabo. Por lo tanto, hemos establecido un compromiso para generar valor y mejorar la calidad de vida de dichas comunidades, a través de la creación de programas que contribuyan al progreso, crecimiento y desarrollo de un mejor país para todos.*



En el año 2021 tuvimos avances significativos sobre los programas de comunidad, algunos de ellos se realizaron en formato virtual y otros en modalidad presencial. Mantener el primer formato, nos permitió aumentar el impacto de los programas, llegar a diferentes comunidades y realizar alianzas con distintas instituciones para favorecer a las poblaciones más vulnerables. Pero lo más importante, al tomar esta decisión sobre el desarrollo de nuestros programas, fue proteger y mantener la salud, el bienestar y la calidad de vida de todas las personas involucradas: colaboradores/as, entidades sin ánimo de lucro y las comunidades cercanas a nuestra operación.



## Mejoramiento del hábitat

En el 2021 nos enfrentamos a diferentes retos para desarrollar nuestros programas sociales de manera presencial, debido al segundo año de coyuntura por Covid-19. Por ello, continuamos con nuestra apuesta de realizarlos virtualmente. Es así como seguimos desarrollando todas nuestras iniciativas sociales bajo la estrategia que llamamos: “Mejoramiento del Hábitat”. Una directriz estratégica de múltiples programas, proyectos e iniciativas para transformar entornos de manera integral, en temas de infraestructura y temas sociales (talleres y espacios de capacitación) en las comunidades aledañas a nuestros centros de trabajo. La cual responde a nuestro propósito de compañía: “Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar”.

Resaltamos, que para el 2021, fortalecimos la metodología para desarrollar nuestros programas en formato virtual para llegar a otros públicos y lograr resultados en nuestra estrategia de Mejoramiento del Hábitat. También, realizamos dos proyectos hitos en temas de mejoramiento de infraestructura junto con nuestro aliado estratégico, la Fundación Catalina Muñoz.

El primer proyecto benefició a 100 adultos mayores con una intervención de Mejoramiento del Hábitat, donde renovamos varios espacios de la Fundación para el Anciano Abandonado de Cali, y donde realizamos un taller para el bienestar para las/os beneficiarias/os. De esta manera, complementamos la transformación de infraestructura con espacios de relacionamiento comunitario, los cuales nos permitan empoderar a la población beneficiaria de los proyectos y contarles acerca de nuestros programas de responsabilidad social y las diferentes formas como Sodimac impacta positivamente a las comunidades y la forma en que pueden participar en ellos.



En 2021, la alianza con esta fundación fue clave para el mejoramiento del ancianato ubicado en el Barrio Alfonso Bonilla Aragón de la ciudad Santiago de Cali, en el departamento del Valle del Cauca; este alberga a 100 ancianos, 60 hombres y 40 mujeres. Durante la etapa de acercamiento a comunidades priorizadas identificamos que la Fundación para el Anciano abandonado de Cali requería ayuda, pues presentaban falencias a nivel estructural y oportunidades de fortalecimiento en lo social. Además, la necesidad de garantizar un correcto funcionamiento y cumplimiento de la normativa municipal.

Sobre las necesidades de infraestructura se estableció una intervención que implicó:

- Demolición de piso existente en patio para instalar uno que si cumpliera con la normativa local.
- Suministro e instalación de piso antideslizante en zonas de patio.
- Suministro e instalación de ventiladores de pared, para brindar confort climático en el interior.
- Construcción de rampas para mejorar la movilidad y seguridad de algunos espacios.
- Suministro e instrumento de barras de seguridad.

Sobre las necesidades sociales:

- Suministro de dotación: camas, sillas y mesas.
- Donación de elementos como calentadores y aspiradora.
- Con la presencia de voluntarios de la Fundación Catalina Muñoz se realizó una jornada de voluntariado presencial para adultos mayores y cuidadores para brindar un espacio de bienestar y alegría.
- Capacitación sobre el mantenimiento y buen manejo de la infraestructura mejorada. De igual forma, se propició espacios para comunicar la estrategia de responsabilidad social de Sodimac y los diferentes beneficios que prestamos a las comunidades de los territorios donde hay tiendas.

Finalmente, como parte del proyecto integral, practicamos unas encuestas de satisfacción para conocer de cerca la opinión de adultos mayores y cuidadores sobre el programa de mejoramiento del hábitat. En las respuestas se refleja agrado, gratitud y excelencia. Estas fueron algunas de las apreciaciones:



El segundo proyecto fue el inicio de la reconstrucción de un barrio del municipio Puerto Colombia, que beneficia a 15 familias en alto grado de vulneración, acompañado de formación y relacionamiento cercano entre Sodimac y la comunidad. Este relacionamiento es importante porque siempre brindamos herramientas a largo plazo para que las familias cuiden y gestionen los espacios transformados.

Este proyecto también lo estamos realizando junto a la Fundación Catalina Muñoz, encargada de liderar las diferentes acciones que garantizan el cumplimiento de los objetivos del proyecto. De igual manera, la alcaldía municipal de Puerto Colombia, Organización Corona y Schneider Electric, Colegio Parrish, Colegio Altamira y donantes particulares hicieron aportes que permitieron mejorar las condiciones de vida de la población objetivo de este proyecto.



Puerto Colombia es uno de los muelles costeros del área metropolitana de Barranquilla, Atlántico y por su afluencia turística tiene problemas ambientales, problemas de habitabilidad y de infraestructura y presencia de población vulnerable, lo que representa altos riesgos en diferentes áreas. Por tal razón, se estableció como objetivo de este proyecto realizar una intervención de carácter técnico y social para mejorar el hábitat de la comunidad ubicada en el municipio, con un enfoque en cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Fueron cuatro las etapas de este proyecto “Construyendo sueños”:

- **Socialización:** identificación de la población vulnerable.
- **Diagnóstico:** a través de una investigación cualitativa se identificó la problemática, las necesidades de la comunidad, la capacidad del territorio, mapeo de actores. Luego, facilitar alianzas para viabilizar el proyecto, visitas técnicas y aprobación de cada familia.
- **Seguimiento:** adecuación del terreno.
- **Construcción:** que involucra jornadas de trabajo para construir los módulos. En 2021 terminamos la construcción de 15 viviendas.



En el componente de infraestructura realizamos varias fases y a cada una de ellas se le hizo seguimiento sistematizado en informes periódicos que dieron cuenta de los avances de la construcción de 15 viviendas en 2021. Para el 2022, estaremos desarrollando espacios para formar a la población en temas relevantes como vivienda saludable, hogares seguros y temas de trabajo comunitario.

En el componente social se realizaron encuentros semanales con las familias priorizadas para socializar el proyecto, aclarar inquietudes y realizar encuestas de verificación.

Finalmente, destacamos que para el año 2022 estaremos acompañando el proceso con talleres sociales que brinden herramientas a las familias beneficiarias que les permitan elevar su calidad de vida.

## Proyectos de mejoramiento del hábitat 2021



**620** Personas beneficiadas directas e indirectas

A continuación, ampliaremos la información sobre los programas vigentes, en el marco de nuestra estrategia, la cual cuenta con ocho programas dedicados al desarrollo de las comunidades:



## Empleabilidad Local

Enfocamos el desarrollo de nuestra empresa y el de nuestras/os colaboradoras/es en el progreso económico, social y ambiental a nivel local. Promovemos empleos dignos e inclusivos siguiendo la normatividad vigente a nivel nacional ofreciendo beneficios extra legales que nos permiten motivar y generar sentido de pertenencia en nuestras/os colaboradoras/es. Lo cual, nos permite retener y atraer el mejor talento.

Nuestra misión se enfoca en apoyar la generación de empleo en las comunidades donde tenemos presencia e impulsar nuestra oferta de valor construyendo un mejor país. Por lo tanto, hemos establecido como un compromiso transversal a nuestras actividades contratar talento local. Al menos el 75% de las/os trabajadoras/es en nuestros centros de trabajo son del municipio o la región.

Consciente de las acciones necesarias para cumplir con este propósito contamos con herramientas e invertimos recursos económicos y humanos en la divulgación y comunicación de nuestras vacantes en las zonas de influencia, asumiendo nuestra responsabilidad en el cumplimiento ético y transparente en los procesos de convocatoria, selección y contratación. En el 2021 no tuvimos aperturas de nuevas tiendas por la continuidad de la pandemia. Esta situación nos llevó a detener los procesos de selección en la compañía. No obstante, esperamos reanudar los procesos en el 2022 y continuar contribuyendo a la empleabilidad local.

## Capacitación a población vulnerable

Pensando en los retos que conlleva vivir en un entorno de condiciones desafiantes para el crecimiento, progreso y desarrollo de las comunidades vulnerables, hemos creado un programa que busca capacitar a personas en oficios, los cuales generen nuevas habilidades y conocimientos susceptibles de convertirse en fuentes de ingresos para los participantes y sus familias, mejorando de esa manera su calidad de vida.

Nuestro programa de capacitación a población vulnerable está integrado y alineado con la política de Responsabili-

dad Social y su propósito nos permite fortalecer un sistema de relacionamiento con las comunidades cercanas a nuestros centros de operaciones, en especial para aquellos que más nos necesitan. Además, aprendemos de las comunidades que apoyamos, quienes comparten su opinión y puntos de mejora de los programas en los que participan, así, nuestras políticas se nutren y adecuan año tras año a las necesidades y expectativas de las comunidades.

Durante el año 2021, utilizando nuestra plataforma de formación Academia Constructor de la marca Constructor, otorgamos capacitación a comunidades vulnerables. Impactamos a 97 personas en temas de construcción con la finalidad de crear nuevas habilidades para el trabajo y el emprendimiento en este sector. Este logro fue posible al esfuerzo mancomunado con nuestros aliados: la Fundación Catalina Muñoz, la Fundación Juanfe y ASODAMAS (La Asociación Primeras Damas de Colombia), quienes fueron garantes del cumplimiento del objetivo y selección de la población beneficiada. De esta manera, dimos continuidad a la formación de población vulnerable manteniendo entornos seguros y asequibles.

Capacitaciones en temas como:



El reto en el 2022 será aumentar el impacto de los espacios de capacitación y vincular a 80 personas, generar más alianzas estratégicas y otorgar oportunidades de conocimiento para lograr que más colombianos/as accedan a este conocimiento gratuito, variado y digital, junto con entidades educativas nacionales, entidades internacionales y cooperantes educativos formación en temas relacionados con los oficios de la construcción.

## Capacitación a población vulnerable

### Personas beneficiadas



## Donaciones de dinero y en especie

En el marco de nuestra estrategia de Mejoramiento del Hábitat, contamos con un programa de donaciones, en el que realizamos aportes en dinero o en productos que benefician a comunidades vulnerables a través de fundaciones sin ánimo de lucro a nivel nacional y que tienen presencia en lugares cercanos a nuestros centros de operaciones. Tanto las donaciones en dinero como las donaciones en especie están dirigidas a proyectos sociales

## DONACIONES EN ESPECIE

### Fundaciones beneficiadas



### Valor de donaciones en especie



## DONACIONES DE DINERO

### Total dinero donado



para el fortalecimiento de la educación, la inclusión, el desarrollo comunitario y el emprendimiento; específicamente, las donaciones en especie son artículos totalmente funcionales, que pueden aprovecharse para beneficiar a grupos de personas que las necesiten, con el propósito de contribuir al desarrollo de sus entornos y el mejoramiento de su calidad de vida, creando espacios propicios para realizar actividades y programas que contribuyen a su bienestar.

En el 2021, las donaciones en especie se dirigieron a 30 entidades sin ánimo de lucro. De esta manera llegamos a múltiples familias de diferentes zonas del país, donde estamos mejorando la calidad de vida de población vulnerable.

## SOS Solidario

Preocupados por el bienestar y las necesidades que se generan en las comunidades más vulnerables y cercanas a nuestra área de influencia, apoyamos y atendemos con nuestros recursos, en dinero o en especie, emergencias

sociales y naturales que requieren acompañamiento a nivel nacional e internacional.

El programa SOS Solidario se mantiene, si bien en el 2021 no se presentaron coyunturas, ni emergencias o desastres naturales, económicos o sociales, sigue activo y a disposición de esas situaciones que se puedan presentar para la población necesitada.

## Plataforma Digital #MiHábitat

Actualmente estamos desarrollando una plataforma digital, a la cual hemos llamado: #MiHábitat. Con esta iniciativa buscamos co-crear proyectos con diferentes grupos de interés, recaudar fondos, materiales y convocar personas interesadas en donar su tiempo y conocimiento a proyectos de mejoramiento del hábitat de familias en condiciones vulnerables. Además, conectar las iniciativas de alto impacto con entidades y personas cooperantes en dinero, tiempo y productos para el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social de la compañía.

#MiHábitat, es un espacio virtual colaborativo para contribuir al desarrollo de comunidades cercanas a la operación de Sodimac Colombia. Lo cual se logra conectando a los clientes, proveedores, colaboradores/as, donantes y comunidad para realizar aportes, conocer el avance de los proyectos y la inversión de los recursos.

Con este proyecto, nuestros grupos de interés podrán ser partícipes de las iniciativas y aportar ya sea dinero, materiales o tiempo y así, de manera colaborativa, juntos podemos contribuir a construir mejores entornos para todas las personas. Así mismo, esta plataforma permitirá que nuestros clientes, proveedores, colaboradores y comunidad en general, presenten proyectos que permitan mejorar el hábitat de miles de colombianos.

En 2022, esperamos realizar el lanzamiento de esta plataforma en beneficio de las comunidades vulnerables y el desarrollo de proyectos de alto impacto para transformar entornos en Colombia.



## Donación de vueltas de nuestros clientes

Sabemos que podemos contar con nuestros clientes y compartir con ellos nuestro compromiso para generar valor y mejorar la calidad de vida de las comunidades cercanas. Por ello, tienen la posibilidad de contribuir a la estrategia de Mejoramiento del Hábitat para comunidades vulnerables a través del programa de donación de vueltas.

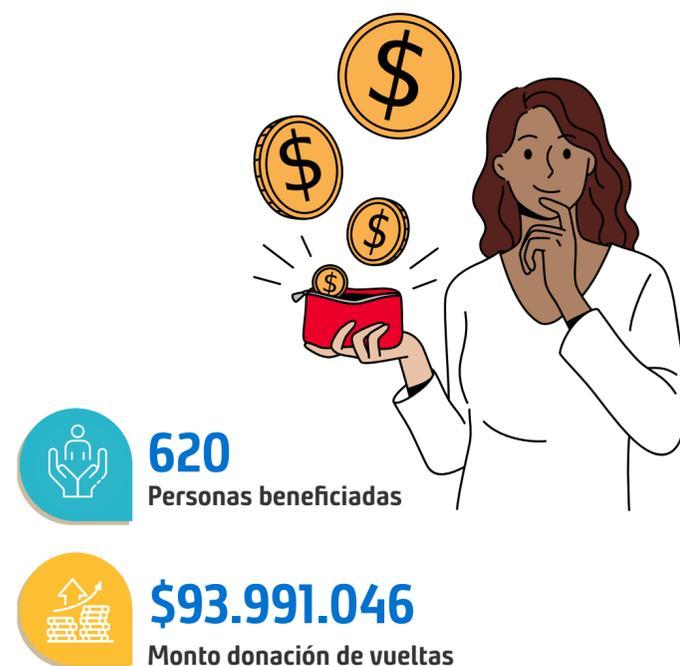
Logramos realizar este programa con el apoyo de nuestro aliado estratégico Fundación Catalina Muñoz, para desarrollar intervenciones integrales de transformación de entornos para comunidades vulnerables y de esta manera fomentar el desarrollo y progreso de las personas beneficiarias.

La Fundación Catalina Muñoz se alinea con nuestro foco estratégico de Mejoramiento del Hábitat y juntos compartimos propósitos con los cuales logramos desarrollar, satisfacer y dar soluciones a proyectos de construcción y mejoramiento de diversos entornos para enriquecer la calidad de vida de las y los colombianos.

En el 2021 la donación de vueltas en caja tuvo algunos cambios significativos, pues el incremento de las transacciones digitales implicó una disminución en las donaciones en caja, así que establecimos mecanismos para recaudar estos aportes en canales virtuales. Para ello, se desarrolló una página web de aterrizaje con la Fundación Catalina Muñoz. Los clientes y usuarios que acceden a nuestra página web, a nuestra App Homecenter, al canal de ventas por Whatsapp o al chatbot Ana, pueden encontrar un botón de donación que los dirige a la landing page y allí pueden apoyar con un aporte económico a los programas de Mejoramiento del Hábitat.

Dicho lo anterior, definitivamente el 2021 fue un año para fortalecer y adecuar las plataformas en función de los nuevos hábitos de compra digital de nuestros clientes. Por lo tanto, avanzar en medidas que permiten el recaudo de donaciones que nos permitan hacer realidad los programas de responsabilidad social de la compañía. Final-

mente, destacar que las donaciones en caja se mantienen y para el 2022 se continuará reforzando y comunicando estos nuevos canales que le permiten a los clientes aportar al mejoramiento de la calidad de vida de muchas personas en Colombia.



## ‘Soy Voluntario Sodimac’

Buscamos involucrar a las/os colaboradoras/es de la familia Sodimac en actividades de voluntariado que promueven el progreso de las comunidades menos favorecidas del país. Trabajamos al servicio de las personas, sin dejar a un lado la relación entre las necesidades del negocio y las demandas de la sociedad. Contribuyendo además a la generación de una cultura Sodimac guiada por los valores corporativos.

Dichas actividades son un espacio que generamos con el propósito de contribuir a la sociedad e incentivar en nuestras/os colaboradoras/es el liderazgo, el sentido social y el trabajo en equipo.

En el 2021 el programa se mantuvo en modalidad digital. Sin embargo, al final del año realizamos una actividad de

voluntariado presencial en el marco de la Navidad, dado que es una época del año donde las personas quieren aportar y expresar su solidaridad, por lo que invitamos a colaboradores/as a una jornada de decoración navideña como regalo para familias beneficiadas del proyecto de hábitat de la Fundación Catalina Muñoz. En 2022, esperamos seguir retomando actividades presenciales encaminadas a transformación de entornos y mejoramiento del hábitat de comunidades en Colombia.

## Voluntariado presencial 2021



## Soy Voluntario Digital

#SoyVoluntarioDigital es una iniciativa que le ha permitido a nuestras/os colaboradoras/es aportar su conocimiento y experiencia desde casa a diferentes fundaciones sociales. Apoyando la superación de retos y el desarrollo de proyectos de impacto social, aportando a alcanzar las metas propuestas por los objetivos de desarrollo sostenible.

Para el 2021 se realizó un trabajo cercano y de cumplimiento de retos con diferentes fundaciones de Colombia. En el primer período del 2021 apoyamos a 10 fundaciones y en el segundo período a 8 fundaciones. El total de personas beneficiarias fue de 4.154 con un total de 474 horas de voluntariado. A continuación, se describen cada una de ellas:

- **Fundación A-KASA**, con la participación de dos voluntarios, realizaron estrategias en redes sociales para posicionarse como una entidad de alto impacto social en Colombia y diseñaron estrategias para recaudar fondos.
- **Fundación Cerros de Cambio**, con la participación de cinco voluntarios. Ellos se encargaron de aportar su tiempo a dos retos. El primero, construir proyectos educativos dirigidos a niños/niñas en Ciudad Bolívar, Bogotá, a través de estrategias de mercadeo y recaudación de fondos para proyectos. El segundo, contribuir a la sostenibilidad alimentaria de población vulnerable con la construcción de la primera huerta urbana de la fundación.
- **Fundación Juanfe**, contó con tres voluntarios. Quienes aportaron su tiempo y conocimiento para lograr apoyar el proceso de empleabilidad de mujeres jóvenes cabeza de hogar con cursos para fortalecer habilidades técnicas y blandas.
- **Fundación Juventus**, cuatro voluntarios estuvieron aportando a esta fundación para fortalecer las competencias digitales, de matemáticas, ciencias e ingeniería para mujeres de bachillerato y prepararlas para la transformación digital en el ámbito laboral y educativo.
- **Fundación Academia Neva Lallemand**, contó con el apoyo para fortalecer la educación de niños y niñas con herramientas y espacios de aprendizaje digitales.
- **Fundación Opam**, tuvo la contribución voluntarios/as, quienes contribuyeron al bienestar de animales aban-

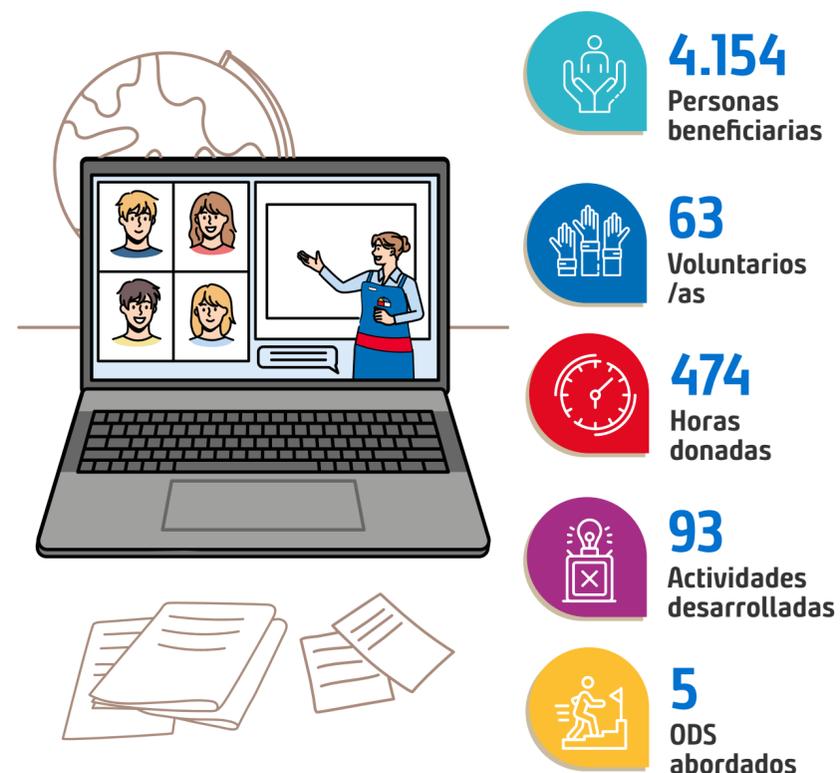
donados con campañas de mercadeo, recaudación de fondos y estructuración de nuevos servicios para la fundación.

- **Fundación Percómputo**, en donde nuestros/as voluntarios/as aportaron al reto de mejorar la calidad de vida y aportar a una cultura de envejecimiento activa, saludable y productiva con la integración de las personas mayores en el uso de las nuevas tecnologías.
- **Fundación Somos Pacífico**, en donde voluntarias aportaron a mejorar la empleabilidad de personas vulnerables en el pacífico colombiano con clases de inglés.
- **Fundación Talleres De Esperanza**, nuestros voluntarios lograron contribuir a la generación de ingresos para familias vulnerables, por medio de estrategias de mercadeo social.
- **Fundación World Vision**, los voluntarios lograron mejorar la empleabilidad de jóvenes en situación de vulnerabilidad con herramientas técnicas y habilidades blandas.

Para el segundo período del 2021 estas fueron las fundaciones y los/as voluntarios/as participantes:

- **Fundación Academia Neva Lallemand**, con la participación de voluntarios/as, quienes apoyaron en la generación de nuevas fuentes de ingresos para la fundación, a través de la creación de campañas de mercadeo y redes sociales.
- **Fundación Catalina Muñoz**, nuestro equipo Sodimac aportó al desarrollo de herramientas de comunicación para aumentar el recaudo de donaciones a proyectos de mejoramiento del hábitat.
- **Fundación Somos Pacífico**, contó con voluntarias para mejorar los procesos internos de la fundación, con el fin de incrementar su impacto hacia la población beneficiaria.
- **Fundación Red Sonrisas**, contó con personal Sodimac en calidad de voluntarios, que aportaron al desarrollo en herramientas de marketing con el fin de posicionar a la fundación y mejorar su impacto hacia la población.
- **Fundación Global Humanitaria**, con tres voluntarios/as que contribuyeron a la resolución del reto de generar herramientas en mar-

## Voluntariado Digital 2021



keting digital para fortalecer la imagen de la fundación y generar mayor impacto.

- **Fundación Arte Sanando Vidas**, con el apoyo de voluntarias, quienes aportó al mejoramiento de los procesos comerciales y legales de la fundación para fortalecer su gestión con la población impactada.
- **Fundación Percómputo**, donde generamos herramientas para fortalecer el programa de emprendimiento de la fundación.

Por último, la Fundación para la Equidad Educativa que contó con la participación de voluntarios/as, quienes aportaron a la educación de niños y niñas en zonas rurales con herramientas educativas digitales.

El desafío para el año 2022 es aumentar las actividades de voluntariado digital, con las cuales podemos impactar a más fundaciones y personas en la resolución de retos puntuales. Todo, de la mano del conocimiento otorgado por el equipo de Sodimac Colombia.

## Relacionamiento con comunidades en aperturas

Estamos comprometidos con las comunidades impactadas por nuestra operación, por tal razón nuestra intención es sostener una relación de confianza y reciprocidad. En consecuencia, hemos desarrollado un protocolo de relacionamiento que establece cómo debe ser el proceso de intervención en su totalidad.

En el protocolo se consignan tres etapas fundamentales: preconstrucción, construcción y posconstrucción, las cuales se describen a continuación:

- **Preconstrucción:** sectorizamos a la comunidad que vamos a intervenir, evaluamos el entorno, estudiamos la normativa de la zona y socializamos el proyecto con las autoridades involucradas.
- **Construcción:** socializamos el proyecto con los habitantes del sector, mediante la exposición del beneficio que pueda generar el mismo y los mecanismos de comunicación para atender consultas, solicitudes, reclamos y recepción de hojas de vida.
- **Posconstrucción:** convocamos a las personas a las aperturas de nuestros nuevos centros de trabajo y les participamos sobre los diferentes programas sociales y sus impactos en las poblaciones favorecidas.



# Marketing y comercio responsable nuestros clientes



*Para fortalecer la relación con nuestros clientes, es importante que exista una comunicación clara y oportuna. En la cual velemos por cumplir el propósito de Sodimac y Constructor, de aportar al mejoramiento de los hogares colombianos y de los profesionales de la construcción, entendiendo las necesidades de compra de nuestros clientes.*

*En el año 2021 continuamos fortaleciendo la transformación digital para gestionar proyectos y las ventas. Se implementaron diferentes estrategias publicitarias y mejoras en los canales de ventas digitales como página web y aplicación Homecenter con nuevas funciones, para brindar a nuestros clientes facilidad de acceso y una mejor experiencia. A lo largo de este capítulo presentaremos los programas desarrollados durante el año.*



## Ética publicitaria

Para nuestra compañía es relevante la ética publicitaria porque es otra manera de expresar nuestra responsabilidad social, comunicar respeto por nuestro consumidor para mantener una relación de confianza hacia nuestra marca. Conforme a ello, indicar que contar con lineamiento de ética publicitaria es la oportunidad para diferenciarnos de los competidores informando nuestra propuesta de valor y hacer posible la gestión de nuestro propósito. La ética es un valor transversal a cada una de las áreas, no se limita a la emisión publicitaria, sino que se extiende a todas ellas. En este apartado se presenta las acciones realizadas para velar e implementar la ética en la publicidad y el marketing.

### Formación al equipo de mercadeo y personal involucrado en la publicidad de la marca

Se realizó un taller impartido por un experto en ética publicitaria con la finalidad de actualizar al equipo en tendencias, marco regulatorio y concientizar sobre el rol

de la publicidad en función del bienestar de la sociedad, toda vez que el mensaje de las campañas pretende informar, para que las personas tomen decisiones prudentes y responsables desde su rol de consumidores, además reciban una comunicación positiva que las dignifique y contribuya a su desarrollo humano, de manera tal que no se vulnere o se excluya en el marco de esta.

En este taller se reflexionó y ahondó en uno de los lineamientos éticos en la publicidad, tal es la autorregulación, se trata del compromiso que asumen las personas y los equipos para el cumplimiento de los principios y normas vigentes que se compilan en los códigos de conducta publicitaria. Con esto se pretende ofrecer una publicidad veraz, legal y honesta en función de los consumidores y competidores del mercado.

En este espacio formativo se enfatizó en los roles y responsabilidades de los consumidores, las empresas y las administraciones públicas. Comprender los actores involucrados permite actuar con certeza y cumplir con las disposiciones legales, sumado a ello las ventajas y resultados positivos que trae el cumplimiento de ellas.



Por ejemplo, los consumidores poseen instrumentos para interponer quejas al detectar injusticias, la comprensión de ello evita correcciones a futuro. Las empresas con una publicidad responsable incrementan la confianza de sus consumidores y por su parte las administraciones públicas se encargan de vigilar el cumplimiento de las reglas.



Este taller es un logro del 2021, porque dotaron a los equipos y personas tomadoras de decisiones en materia de marketing y publicidad de herramientas, además se actualizaron en los marcos regulatorios y las buenas prácticas éticas. Estas herramientas nos permiten cumplir con el propósito de mantener los lineamientos de transparencia, respeto y lenguaje adecuado en nuestros procesos de publicidad y mercadeo.

### Benchmarking para mejorar la autorregulación publicitaria

Se realizó un análisis estratégico para revisar las mejores prácticas de otras empresas, para tener un punto de referencia y aprender de la experiencia de estas, y así mejorar el desempeño del equipo de marketing y publicidad en materia de ética publicitaria. El resultado fue un documento de consulta, de manera tal que los profesionales puedan revisarlo frecuentemente, dado que resume el marco regulatorio, indica cuáles son las instituciones y asociaciones destacadas en el mundo, también describe los aciertos en materia de publicidad de otras empresas.

Este Benchmark fue una herramienta desarrollada en el 2021 pensada en perfeccionar los procesos, productos y servicios de esta área de la compañía. El documento de benchmark tiene varios capítulos, entre ellos, diversos referentes de empresas nacionales. A cada uno de ellos se le realiza un análisis comparativo teniendo en cuenta las siguientes variables:

- Aspectos generales de los lineamientos de publicidad
- Entidades oficiales a nivel nacional e internacional que capacitan, asesoran y definen los estándares en materia de publicidad.
- Recomendaciones en contenido y en redes sociales.
- Canales de denuncias en temas publicitarios.

Tu familia te devuelve **FELICIDAD** y nosotros te devolvemos el **30%** pagando con tu tarjeta CODENSA

**POR COMPRAS ACUMULADAS iguales o superiores a \$350.000**  
Del 12 al 15 de enero del 2021

en las tiendas Homecenter y Homecenter.co. Máximo de devolución \$120.000



La deducción que aplica a la presente venta, corresponde a la exención establecida en la Ley 2155 de 14 de septiembre de 2021. NO es una promoción.

Nuestra publicidad responde a la normativa legal de protección de los derechos del consumidor, los cuales se encuentran consignados en el Estatuto de Protección al Consumidor, y a nuestros principios y valores como compañía. Por lo cual, trabajamos para entregar a nuestros clientes información clara, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que comercializamos, así como los posibles riesgos por el uso de estos.

Para lograr este objetivo, en el año 2021 logramos publicar en nuestra página web algunas certificaciones de los productos de origen y de los productos disponibles. En cuanto al manejo de los datos personales, realizamos cursos virtuales, dirigidos a los colaboradores, sobre la protección de datos personales y ventas digitales. Esto permitió que más de 7.000 personas pudieran tener conocimientos más profundos sobre el manejo de datos y el e-commerce.

Quisimos lograr una mejor adaptación a los cambios por la emergencia sanitaria, por eso, dimos continuidad a nuestras escuelas de Transformación Digital y Pasión Por El Cliente. Seguimos dando a conocer al equipo Sodimac la importancia de no crear información ni publicidad falsa, por lo cual, tenemos todos los canales de atención dispuestos a atender cualquier tipo de consulta por parte de algún cliente o colaborador/a.

Inscríbete para recibir la **factura electrónica** y compra tus productos favoritos.

NO LO DEJES PASAR

Regístrate

En el año 2022 continuaremos trabajando para que la ética publicitaria sea fundamental en todos nuestros procesos de mercadeo y promoción de productos. Por lo tanto, se dará continuidad a capacitaciones que brinden herramientas al equipo para lograr este proceso. Así mismo, con el análisis de benchmarking difundirlo y actualizarlo. Con respecto al manejo de los datos personales, elaboraremos campañas y documentos informativos para que nuestros clientes conozcan:

- 1 El tipo de información que recopilamos.
- 2 Para qué usamos la información recopilada.
- 3 Cómo protegemos la información recopilada.
- 4 Cómo pedir la eliminación de los datos recopilados.

## Nuestro compromiso con la calidad

Trabajamos para brindar seguridad a nuestros clientes, a la hora de adquirir nuestros productos. Para esto, realizamos controles detallados de calidad a cada uno de ellos, basándonos en requisitos técnicos y requerimientos de los entes regulatorios. Además, para la escogencia de nuestros proveedores, evaluamos sus procesos de fabricación con base en criterios de sostenibilidad a nivel mundial. Esto lo realizamos a través de la auditoría de fábrica, el cual es un proceso que valida la información del proveedor para garantizar una compra segura.

En esta auditoría de fábrica evaluamos factores que califican la calidad de los proveedores y la calidad de los productos, de esta manera podemos determinar si podrán cumplir con nuestros estándares y tomar decisiones conforme a tal evaluación, dado que es importante identificar a tiempo un proveedor que no supera nuestros criterios de calidad para no contratarlo. Con tal valoración garantizamos el buen funcionamiento de la compañía, evitando interrupciones de suministro e iniciar negocios sin riesgos. Para ello, en el año 2021 se intensificó el trabajo con Sedex, una organización de alcance mundial que impulsa mejoras en las prácticas empresariales. Esta plataforma permite compartir información de cumplimiento ético, además a esto, en el año 2021 se realizaron varios ajustes para mejorar la calificación del proveedor:

- Implementar un plan de acción, detallando las actividades con un paso a paso para calificar el riesgo y con unos criterios de evaluación a proveedores. Esto permite identificar en una etapa temprana a los proveedores con riesgo alto.
- Identificar a los proveedores en la etapa inicial, donde se califican con una encuesta y de no recibir un buen resultado no se procede con la codificación del proveedor.
- Control de calidad no examinaba a los proveedores, así que se creó una herramienta que se llama el HUB de Proveedores UAM, pensada para los proveedores comerciales que están en el sector de marketplace.

Con esta plataforma, ahora Control de calidad también puede evaluar. Si el proveedor no supera dicha evaluación podrá contratar una casa auditora en búsqueda de certificación de aprobación.

- La auditoría de fábrica se ha fortalecido en el 2021, se continúa realizando auditorías webs por su eficiencia y se le da continuidad a las diferentes prácticas que han tenido resultados satisfactorios desde años anteriores.

Una vez el proveedor supera las etapas mencionadas debe iniciar con la codificación de producto, para hacerlo es requisito el certificado de conformidad que se sistematiza en la plataforma Product Information Management (Sistema de información centralizada). La plataforma automatiza e integra la información para que las diferentes áreas puedan consultarla y utilizarla.

Por otro lado, el certificado de conformidad es la garantía que el producto cumple con los marcos normativos que el gobierno estipula. Por tal razón, control de calidad solo permite la distribución de productos que superan este requisito.

Para el 2022 se continuará con la implementación del plan de acción para garantizar proveedores, fortalecer la plataforma Sedex, disminuir la tasa de reclamos y fortalecer el control de calidad en tienda para aumentar la disponibilidad de herramientas que le facilite al usuario el acceso a ellas.



## Fases del ciclo de vida de productos y servicios

Cada año analizamos y medimos las fases del ciclo de vida de productos y servicios, por medio de las cuales evaluamos los impactos en la salud y seguridad del cliente. El año 2021 no fue la excepción.



## Testeo de los productos

Durante todo el año, realizamos testeos a nuestros productos, no solamente a nivel nacional, sino a nivel corporativo. Estos se realizaron con la asesoría de laboratorios de confianza, quienes verificaron la normativa, seguridad y buena calidad de estos. Con base en esto, pudimos identificar los productos que cuentan con el reglamento técnico protegido por la Superintendencia de Industria y Comercio.

**48** Muestras  
Testeos a nivel nacional.

Familias de productos testeados que cuentan con reglamento técnico protegido por la SIC.



## Inspecciones

Realizamos inspecciones de productos nacionales, verificando que cumplan los estándares de empaque, rotulación, código de barras, accesorios y manuales y de los importados, verificando las especificaciones técnicas, los componentes y las características funcionales. Los resultados para determinar si se puede vender el producto pueden ser:

- Aprobado: Cumple el 100% de los requerimientos solicitados.
- Rechazado con despacho: Después de ser rechazado, se realizaron unas mejoras y alcanzó a cumplir con los requisitos.
- Rechazo sin despacho: No se despacha ya que no cumple con los estándares de calidad.

Resultados de las inspecciones realizadas:



2020

### Producto nacional

#### Estado de la inspección

Aprobadas	2
Rechazadas con despacho	8
Rechazadas sin despacho	0

### Producto Asia

Inspecciones	2.267
Proveedores inspeccionados	387

2021

### Producto nacional

#### Estado de la inspección

Aprobadas	5
Rechazadas con despacho	0
Rechazadas sin despacho	2

### Producto Asia

Inspecciones	2.746
Proveedores inspeccionados	361

## Identificamos y gestionamos los riesgos de nuestros productos y servicios

Como parte de la garantía que damos a nuestros clientes sobre la calidad de nuestros productos y servicios, analizamos y gestionamos adecuadamente los riesgos sociales y ambientales de los mismos. Con el fin de velar por la salud y seguridad de nuestros colaboradores, de nuestros clientes, así como por la protección del medio ambiente.

En 2021 trabajamos para establecer unos parámetros en temas de seguridad y salud, en donde exigimos a los proveedores que tengan unas hojas de seguridad y tarjetas

de emergencia con toda la información sobre el riesgo químico de los productos. A corte de 31 dic 2021, un total de 7.602 productos activos les aplicaba el requisito según la definición de CLACOM. Además, en el 2021 no se realizaron procesos sancionatorios a proveedores, pero en el 2022 si estamos acordando con las Gerencias de Negocio plazos explícitos para presentar documentos pendientes o proceder a discontinuar productos que no cumplan el requisito o justifiquen la excepción.

A continuación, presentamos los riesgos que identificamos y gestionamos:

Categoría	Riesgos gestionados
<b>Car Center</b>	Cambio de aceite.
	Almacenamiento de llantas.
	Limpieza y mantenimiento de vehículo (generación de trapos y estopas).
	Balanceo de vehículos (plomo).
	Lavado de vehículos con equipo a presión.
<b>Construcción</b>	Uso de sustancias químicas y otros limpiadores en el lavado.
	Venta de artículos para la construcción.
	Corte de madera.
	Recepción de materiales pesados como maderas, metales, maquinaria, entre otros.
	Abastecimiento de combustibles a herramientas de alquiler.
<b>Recolección de materiales usados y/o reciclables</b>	Construcción y Remodelación de tienda.
	Recepción de bombillas y pilas.
<b>Almacenamiento de productos</b>	Recepción y cambio de llantas, baterías, aparatos eléctricos y electrónicos.
	Almacenamiento selectivo de residuos reciclables y peligrosos.
	Almacenamiento de combustibles líquidos.
	Almacenamiento selectivo de residuos ordinarios.

Para el 2022 continuaremos con las gestiones, de forma que podamos prevenir cualquier impacto negativo que pueda acarrear los riesgos mencionados sobre nuestros clientes, colaboradores y sobre el medio ambiente.

## Auditoria de fábrica en formato digital

Continuamos con el modelo de auditoría de fábrica web, sin tener que desplazarnos a las instalaciones de los proveedores, solo hubo verificaciones físicas cuando se pre-

sentaron situaciones críticas que requerían esta atención. Además, fortalecimos la metodología virtual de evaluación, en donde nuestros proveedores pueden subir sus documentos en línea y dar a conocer a través de video llamadas la producción de sus productos y sus fábricas. Este proceso nos permitió llegar a diferentes proveedores en tiempo record y permitió continuar nuestra operación de verificación de productos.

## Certificados de producto disponibles en la página web

Estamos poniendo a disponibilidad los certificados de conformidad de productos para la familia de electricidad en la página de homecenter.co. Esto con el propósito de que los clientes que lo requieran puedan descargarlo directamente de la página y no tenga que solicitarlo personalmente en nuestras tiendas físicas. Este proceso nos ha permitido agilizar los proyectos de nuestros clientes que requieren los certificados de producto, ofreciendo una solución rápida y digital.

## Certificación de producto en origen

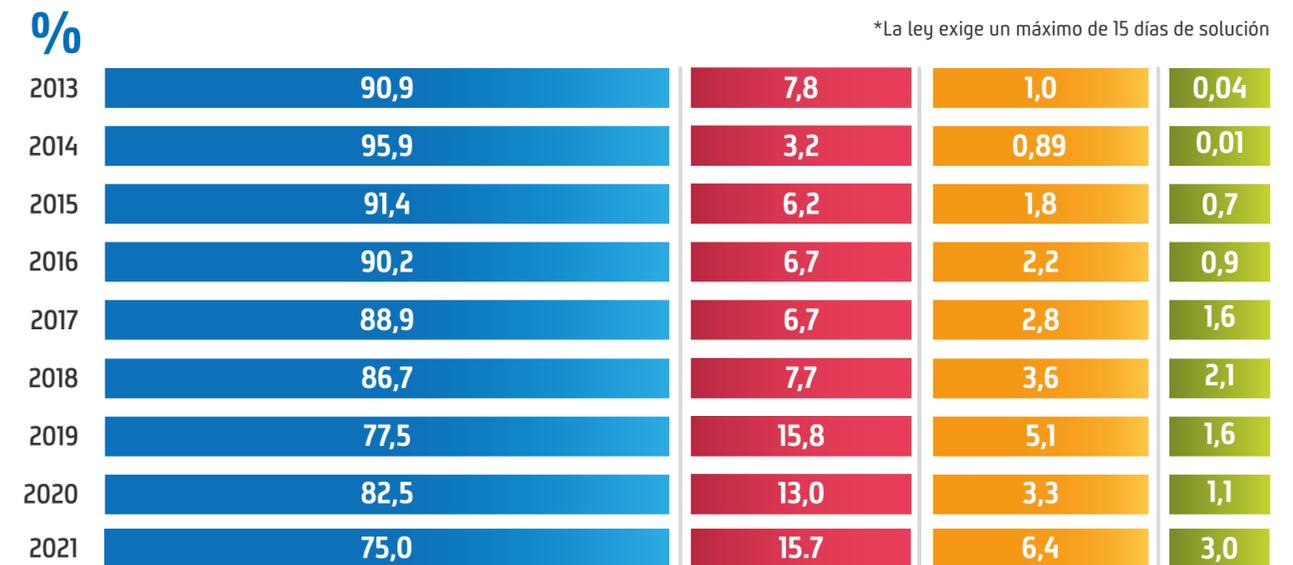
Logramos avanzar en el 2021, con la certificación de producto en el punto de origen para aquellos reglamentos

técnicos que lo permiten. Con esto buscamos optimizar procesos y ahorrar de tiempo. Lo cual, se traduce en mayor y mejor disponibilidad de producto para la venta.

## Soporte técnico

Trabajamos para acompañar a nuestros clientes antes, durante y después de la venta. Por eso, ponemos a su disposición diversos canales de atención para atender cualquier pregunta, queja, reclamo o sugerencia sobre su experiencia de compra, además de brindar el soporte a los productos. Todos estos requerimientos se atienden dentro de los plazos establecidos por nuestra compañía.

## Ciclo de atención de requerimientos



Devoluciones



Servicios Técnicos



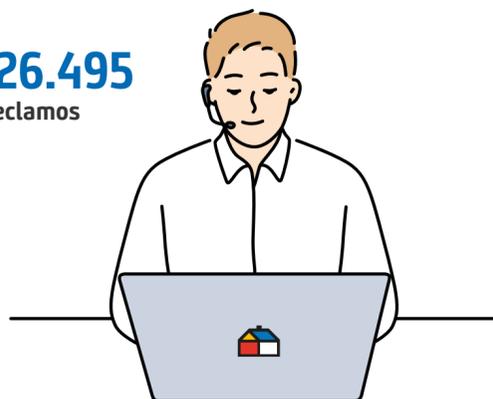
Por otra parte, logramos automatizar el proceso de devoluciones en todas las tiendas para las compras hechas a través de transferencia electrónica. Somos conscientes de la importancia de satisfacer y fidelizar el cliente, por ello, se puede redimir un Bono de Devolución de manera fácil desde la app, evitando así, las filas y los tiempos de espera. El usuario ingresa a la aplicación de Homecenter, agrega los productos al carrito de compra, selecciona la opción de envío a domicilio o retiro de en tienda, luego, en el método de pago despliega la opción "Ingresa aquí tu Bono de Devolución" para completar la información y validar los datos, quedando de esta manera el valor del bono para aplicarlo a la compra.

Con esto, se fortaleció en el 2021 el sistema de gestión, la comunicación entre las áreas involucradas. Para el 2022 se continuará en la comunicación y difusión de este sistema para que el usuario encuentre una solución ágil en su proceso de compra.

Ahora puedes pagar con tu **Bono de Devolución** en la **App Homecenter** en tan solo **4 pasos**

Reclamos

Como empresa tuvimos que experimentar de muchas formas en la manera de adaptarnos mejor a las necesidades de nuestros clientes. A pesar de que encontramos muchas oportunidades en el camino, se lograron diseñar cada vez mejores modelos para poder atender las solicitudes a través de los canales de comunicación.



Mejorando el viaje de compra de nuestros clientes

Desde años anteriores trabajamos sobre nuevas disposiciones para brindarle a nuestros clientes la mejor experiencia de compra. Más aún, durante el año 2021 procuramos que, en medio de los procesos digitales, el cliente se diera cuenta que sigue siendo nuestra meta y prioridad. Ante los rápidos cambios a lo largo del año, diseñamos estrategias que nos permitieron agilizar y mejorar los procesos de atención al cliente. Tales se presentan a continuación.

Agiliza tu devolución

Impulsamos una iniciativa que llamamos "Agiliza tu Devolución", donde el cliente puede generar el código antes



**ENVÍO GRATIS**  
**4 DÍAS DE CYBER AHORRO**  
**HOME CENTER.CO**  
 DEL 9 AL 12 DE ABRIL del 2021

Envíos gratis por compras superiores a \$59.900

01 8000 12 73 73

APP HOME CENTER HOME CENTER.CO

APLICAN TÉRMINOS Y CONDICIONES \*válido solo para Bogotá y Medellín y en referencias seleccionadas

de que llegue al mesón de devoluciones. El cliente lo puede hacer en su teléfono, desde la casa, el parqueadero o mientras espera atención en el área de devoluciones. Este proceso permite reducir el tiempo en que nuestro cliente debe realizar el proceso de devolución y así asegurar que adquirir de manera ágil el producto que busca.

En el 2021 se le dio un alcance al proyecto Agiliza tu Devolución, quedando declarado como "Agiliza tu devolución y deja tu producto", donde el cliente puede generar el código a través de la App Homecenter.

Nos capacitamos para un mejor servicio

Continuamos la formación de nuestros colaboradores, para brindar una mejor atención a nuestros clientes, por medio de las escuelas de formación. A lo largo del año, brindamos un total de 158.124 horas de formación a nuestros colaboradores encaminadas a dar a nuestros clientes la mejor experiencia de compra.

En el 2021 se realizó *la llave del servicio*, es una capacitación dirigida a personal temporal, Sodimac, mercadeo, seguridad, aseo y transporte. Para impregnar la cultura de servicio en Sodimac, priorizando al cliente en cada una de las funciones que desempeñe el colaborador. En 2021 capacitamos a 18.920 personas.

Transformación Digital

Integración de canales

Innovamos constantemente para otorgar una mejor experiencia a nuestros clientes. Así como los mejores productos y servicios del mercado. Contamos con un conjunto de aplicaciones creadas para fortalecer el vínculo con nuestros clientes, que nos permiten ofrecer promociones flexibles, novedosas y dirigidas a las necesidades de cada tipo de consumidor, y así garantizar la mejor experiencia de compra.

Uno de los mayores retos del 2021 fue poder ofrecer el mejor servicio posible a nuestros clientes, a través de canales de venta más accesibles y logrando la mejor atención a las necesidades de sus sueños y proyectos de hogar. Por esto, consolidamos y perfeccionamos las experiencias digitales y avanzamos en los procesos de transformación digital del negocio. Entre los hitos más destacados frente a la gestión comercial y de producto, tenemos la creación de bono devolución, el desarrollo de tarjetas de regalo, un buscador mucho más robusto e inteligente de catalyst, pagos por PSE para nuestros canales digitales, pagos contra entrega, retiro en tiendas Falabella, trazabilidad de órdenes, carros compatibles y precios atractivos para nuestros clientes profesionales de la construcción.

En el 2021 pasamos de 110 a 420 soluciones digitalizadas y realizamos nuevos desarrollos y migración de sistemas ligados a microservicios y arquitectura moderna. Avanzamos en modelo de FullFil by con 37 sellers y en la implementación de la plataforma tecnológica para la gestión de los proveedores. Y completamos el 100% de las tiendas con Compra Ya, Paga Después. Con ventas promedio en el último trimestre del año de 9.464 mil millones de pesos.

## Página web

Nuestros canales digitales hacen parte integral de la estrategia para entregar a nuestros clientes la mejor experiencia de compra. Trabajamos, especialmente en nuestra página web, con el objetivo de fortalecerla y posicionarla. Obtuvimos 151 millones de visitas en Web (Desktop y Mobile) y App.

Resaltamos, que en el 2021 tuvimos un gran crecimiento en ventas a través de la página web, tanto realizadas desde ordenadores (Web Desktop), como de dispositivos celulares (Web Mobile).



**\$ 632.608 millones**

De Ventas Retail Digital



**151 millones**

de visitas en Web (Desktop y Mobile) y App.



## App Homecenter

Contamos con un canal digital en donde nuestros clientes pueden encontrar productos a través de un buscador de imagen, un dibujo o una foto. También mediante el escáner de código de barras, nuestros clientes pueden obtener información relevante de los productos de interés. Además, para ahorrar tiempo y dinero, se puede revisar, mediante la aplicación, la disponibilidad del producto en tienda a nivel nacional y generar alerta de stock cuando se encuentre disponible, Así como crear listas con productos de preferencia, cotizar cada producto y compartir con otras personas las listas. Por último, para la comodidad de nuestros clientes brindamos dos formas de pago, dentro de la misma aplicación en un solo click o paga en tienda a través de escanea y paga.

De hecho, en tiendas hemos implementado el innovador servicio Escanea y Paga que ofrece una mejor experiencia por ser ágil, tecnológica y sin filas. Solo se necesita tener la aplicación de Homecenter en el celular, usar el lector de código de barras para escanear el producto, acto seguido se escoge el método de pago y se obtendrá el código de pago, el cuál verificará el guardia en la salida. De esta manera la compra es ágil y moderna.

En el 2021 logramos 667 mil usuarios activos en la App, con ventas creciendo en un 41%. Se lanzaron las siguientes funcionalidades:

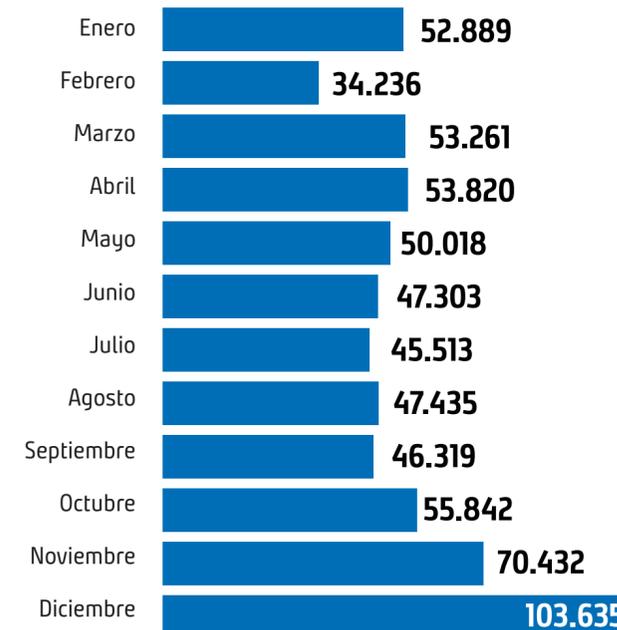
- Escanea y Paga.
- Cancelación de órdenes.
- Agiliza tu Devolución.
- Flujo de Cotización por especialidad cliente PRO.

## Pantallas digitales en tienda

El canal de venta de pantallas digitales cerró el 2021 con una venta de \$144 mil millones, logrando crecer un 65% respecto al 2020 y participando 3,3% sobre la venta retail, esto último significa que este porcentaje de la venta de las tiendas físicas se hizo por este canal.

Por otra parte, desde marzo iniciamos con el desarrollo de Pantallas 3.0, nuevo software de venta para pantallas. A inicios de diciembre instalamos la primera versión en una pantalla de la tienda de Calle 80.

## Interacciones con Chatbot Ana

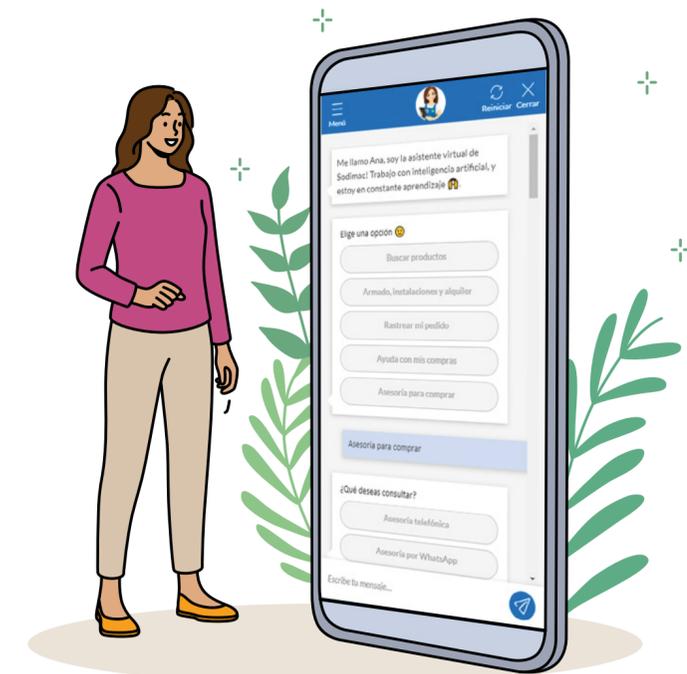


Esta implementación tuvo como objetivos principales:

- Brindar una mejor y más personalizada experiencia a los usuarios (asesores/as y cliente externos).
- Empoderar y convertir a los/as asesores/as en promotores digitales involucrados/as con la transformación tecnológica de la compañía.

## ChatBot servicio al cliente

Continuamos trabajando con nuestra asistente virtual, Ana, que apoya el canal de servicio al cliente, permitiendo dar respuesta de forma ágil a las inquietudes del cliente. Esta modalidad genera un canal de interacción con nuestros clientes para dar información precisa a sus preguntas a través de la página web y desde el 2020 a través de Whatsapp, dando la opción de un nuevo canal de comunicación que es de fácil acceso y es altamente utilizado por nuestros clientes, permitiéndonos dar respuesta a sus requerimientos en tiempo real.



## Avanzamos en el uso del Big Data y la inteligencia artificial para entender mejor a nuestros clientes

El área de Business Intelligence es la encargada del uso de la información de nuestros clientes, para tomar decisiones teniendo en cuenta sus necesidades. Por ello, en el 2021 fortalecimos el uso de modelos estadísticos y de plataformas digitales, que nos permitieron identificar y segmentar adecuadamente los tipos de clientes que se acercan a nuestros puntos de venta físicos y digitales. Con esta información, hemos podido ofrecer productos y proyectos a la medida de cada uno de ellos, mejorando su experiencia de compra.

Estos fueron los resultados más destacados de nuestra gestión:

- A través de los canales de comunicación directa logramos una Venta Incremental de \$12.5 Millones de

USD en las campañas base y de \$0.8 Millones de USD en campañas de experimentación.

- Desplegamos 6 proyectos de analítica avanzada en Colombia, los cuales generaron una Venta Incremental de \$10 millones de dólares.
- Realizamos estrategias para reducir la fuga de clientes (clientes que nos habían comprado en el 2020 y no nos compraron en el 2021) en 6pp frente al 2020, logrando una fuga de 42%
- Generamos estrategias de medición de campañas de monetización en Google Data Studio para facilitar el análisis y la trazabilidad de la información.
- Realizamos la migración a Google Data Studio de la totalidad de la información transaccional, de productos, clientes, contactabilidad, entre otras, para facilitar el análisis de información de manera automática y organizada.

## Product Information Management PIM

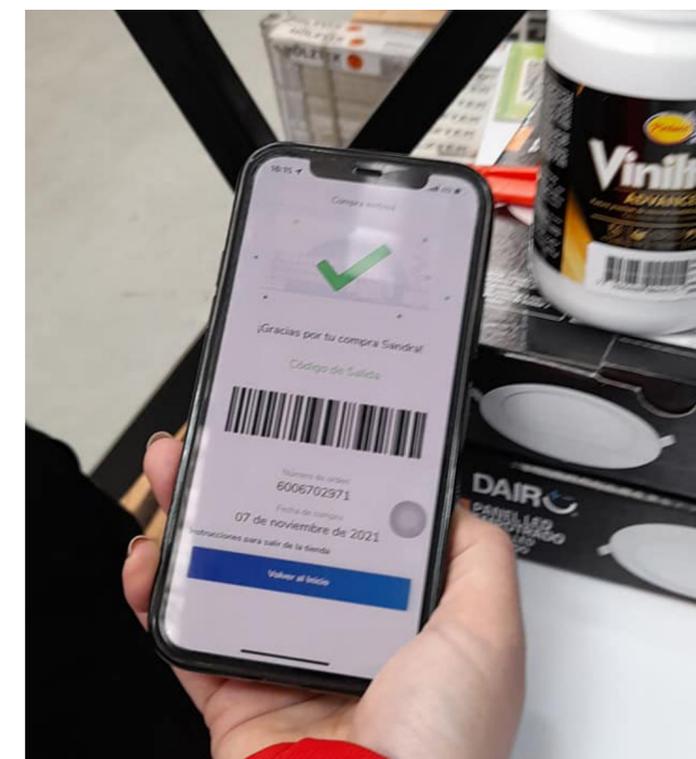
Para este año, nos enfocamos en acelerar la implementación del Portal de Proveedores en el sistema de información centralizado Product Information Management PIM, en donde podemos controlar los contenidos como videos,

fichas técnicas e imágenes relacionadas con el producto. De esta manera, se hace un enriquecimiento de los datos a través de la integración con otros sistemas. Todo para poder brindarle a nuestros clientes la información precisa y clara en cuanto al producto que buscan.



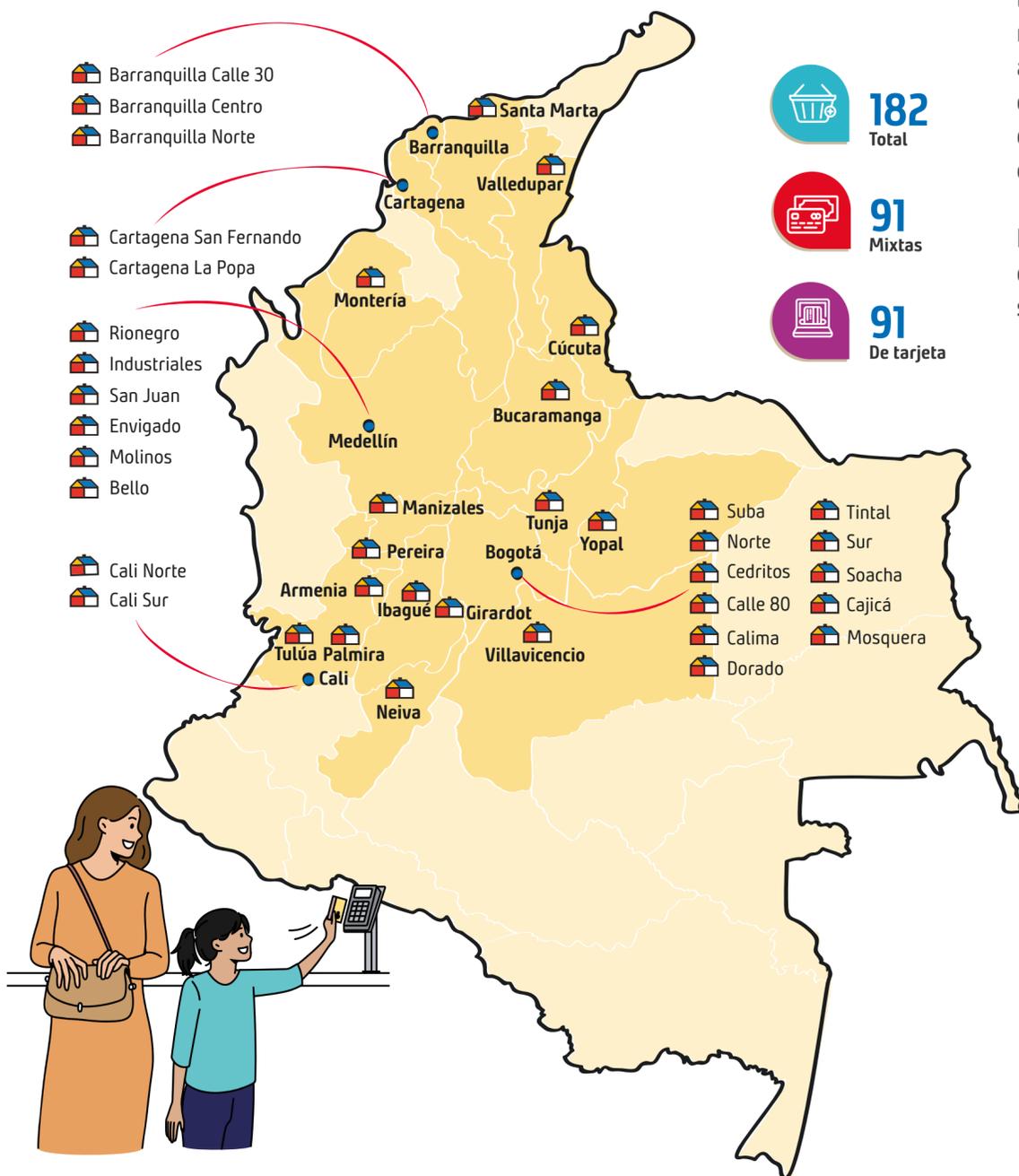
## Marketplace

Contamos con una plataforma complementaria de ventas a distancia, en la cual mostramos productos y servicios únicos de nuestros proveedores. En esta plataforma digital, nuestros clientes cuentan con un portafolio de productos que se encuentra en renovación permanente. Los últimos años las ventas en nuestro Marketplace crecieron de manera acelerada.



## Cajas de auto pago

Seguimos con el desarrollo de nueva tecnología para la experiencia de compra de nuestros clientes, es por esto que en el 2021 ampliamos el alcance de las cajas de autopago. Una herramienta para facilitar el pago de sus compras de manera autónoma, sencilla, rápida y con el medio de pago que ellos elijan. Este medio de pago fue altamente utilizado por nuestros clientes, ya que evita el contacto con otras personas. Cerramos el año con un total de 182 cajas de autopago, ubicadas en 38 tiendas a nivel nacional.



## Canales de comunicación con nuestros clientes

Contamos con diversos canales disponibles para lograr una comunicación clara y efectiva con nuestros clientes y así poder atender sus solicitudes. Por medio de estos canales podemos interactuar y dar respuesta a diferentes requerimientos y aumentar la confianza en la compañía.

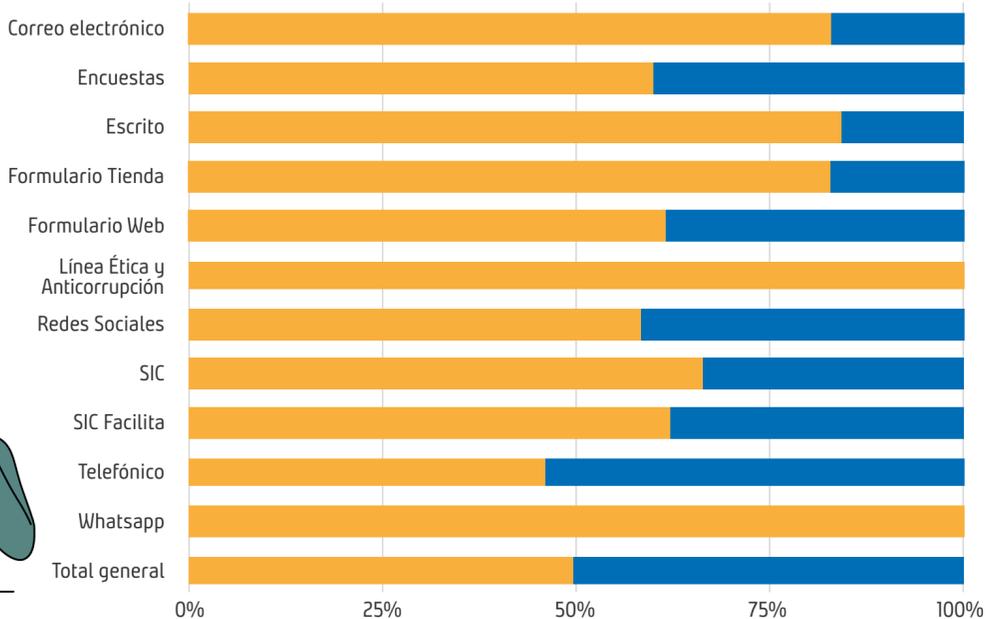
Para el 2021 los canales digitales cobraron mayor relevancia y fueron los seleccionados por nuestros clientes para hacer preguntas, sugerencias, peticiones y/o reclamos. Específicamente, la mayoría de las solicitudes se realizaron a través de llamadas telefónicas, para un total de 683.661 llamadas, con un incremento significativo respecto al año anterior; seguido del formulario web, con 42.468 solicitudes, y través del correo electrónico, donde recibimos 8.616 correos. Estos aspectos son menores al año 2020.

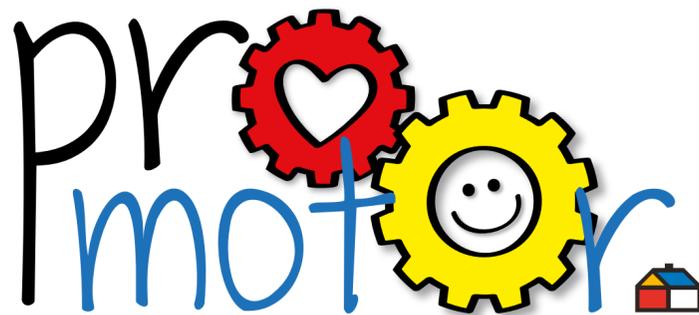
En 2022 esperamos continuar promoviendo nuestros canales de comunicación directa con nuestros clientes para que podamos resolver de manera oportuna sus solicitudes y necesidades.



## Canal de comunicación

2020 2021





## Programa Promotor

El programa Promotor, denominado en Sodimac Colombia, o (Net Promoter System), nos permite escuchar la voz de nuestros clientes. A través de este podemos recibir las opiniones de quienes visitan nuestros canales de venta a nivel nacional, permitiéndonos generar planes de acción para mejorar su satisfacción y fidelidad con la familia Sodimac.

Para esto se miden con indicadores la relación con los clientes todos los días y todo el tiempo, para evaluar las necesidades, inconformidades o logros respecto a nuestro servicio, instalaciones y productos. A esto le denominamos NPS:

La compañía adelanta estas acciones de seguimiento y entendimiento de las necesidades del cliente para establecer una relación duradera y estable. Somos conscientes que resolver una queja a tiempo es una nueva oportunidad para que el cliente regrese y siga beneficiándose de nuestro servicio. Por ello, en el 2021 involucramos en el seguimiento de indicadores a los coordinadores de cada tienda, ellos pueden visualizar el número de reclamos y requerimientos, así como las soluciones o el estado de las misas en el momento que sea conveniente. De esta manera, realizar los ajustes necesarios en tienda.

Semanalmente se realizó una reunión de seguimiento para involucrar a todas las áreas que hacen parte de la cadena de servicio y atención al cliente para articular y manejar un lenguaje común alrededor de la cultura de servicio. Sobre este último aspecto, la compañía tiene la política interna de permear todas las áreas de esta vocación para promover una buena atención desde las funciones que cada quien desempeñe.



## Horarios de tiendas

Sobre el sistema de indicadores, conviene subrayar el sistema de alertas para identificar rápidamente lo que no está gustando por tienda y actuar en función de las soluciones con prontitud ante cualquier tipo de mala experiencia. Esto se logró comprendiendo la incomodidad de los usuarios. Es así como las alertas se activaron con dos tipos de calificaciones. La de los detractores, que va de 0 a 6 y la de los promotores, de 9 y 10. Con los detractores se busca evitar el escalamiento o aumento de la inconformidad y la de los promotores identificar buenas prácticas para mantenerlas y/o replicarlas en otras tiendas. Aclarar que los NPS no solo hacen seguimiento a la experiencia de usuario y a las tiendas, también a cada una de las áreas y de las partes que componen esta gestión.

Promotor incluye actividades como: seguimiento a la recepción de correos de nuestros clientes, así como entrenamiento a vendedores con énfasis en venta en innegociables y cultura de servicio, realización de actividades enfocadas al comportamiento de los vendedores con énfasis en venta, entre otras. Dentro del indicador de recomendación se tiene en cuenta la experiencia de compra del cliente. Para fortalecer las herramientas del equipo Sodimac y así obtener un buen resultado del NPS.

En el 2021 se evaluaron cuatro indicadores en este sistema de NPS de tienda y NPS de satisfacción:

- Satisfacción de devolución.

- Nivel de requerimiento sobre las transacciones.
- El cliente en el centro. Fue un indicador creado en el 2021. Bajo una temática de temporada cada coordinador realiza una actividad semanal para transmitir positivismo, valores éticos, buen servicio al cliente y acciones para promover una cultura de servicio.
- Comprometidos con el cliente.

También se evaluó la experiencia, satisfacción de despacho o el proceso de retiro en tienda, atención en caja y la satisfacción con los/as colaboradores/as. Por ejemplo, la cobertura en los pasillos, que el cliente si encontrara un personal de apoyo en los corredores de la tienda. Midió el conocimiento de los colaboradores, si bien se valoró la amabilidad, también la utilidad de la información brindada.

Para el 2022 se fortalecerá el programa Comprometido con el Cliente, con el objetivo de mantener la motivación entre el equipo Sodimac para generar la mejor experiencia de cliente en su proceso de compra. Por otro lado, en el 2022 se mejorarán las practicas del día sin IVA, retomando las lecciones aprendidas de 2021 que tuvo logros en el manejo de las quejas, entregar con claridad y transparencia todos los procesos, comunicación en todos los canales sobre los productos aplicables a este día. Además, fortalecer aspectos de respuesta en menor tiempo, pero sobre todo la disminución de estos reclamos. Finalmente continuar con el seguimiento por tienda, continuar con el

acceso a los datos a demanda de cada de coordinador y fortalecer el NPS de cajas.

Gracias a las estrategias mencionadas anteriormente, logramos cumplir con la meta de lograr un puntaje de 64 en la medición. Continuaremos con las acciones acertadas y desarrollando nuevas para lograr un aumento en nuestra puntuación en el siguiente año.

### Porcentaje o puntuación otorgada NPS

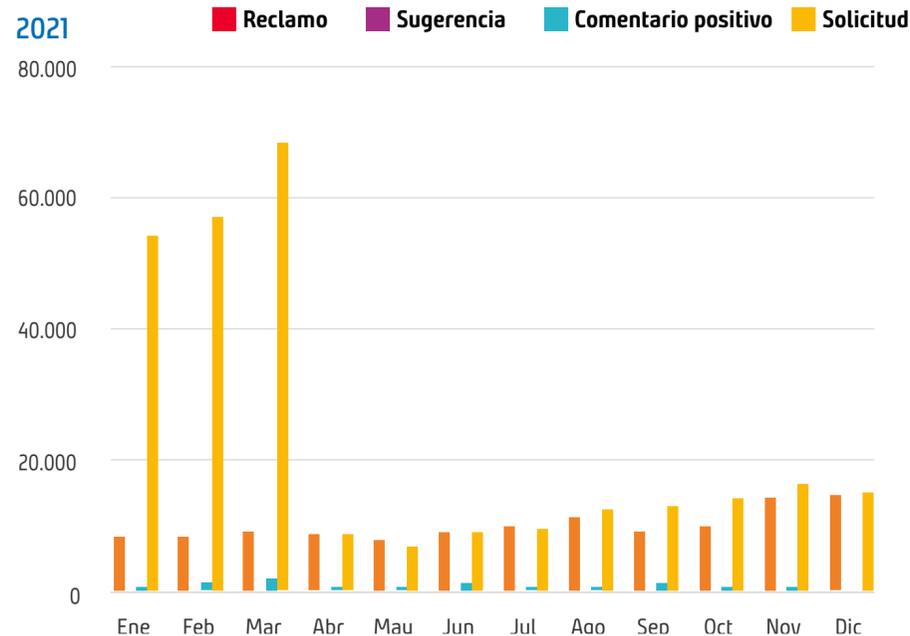
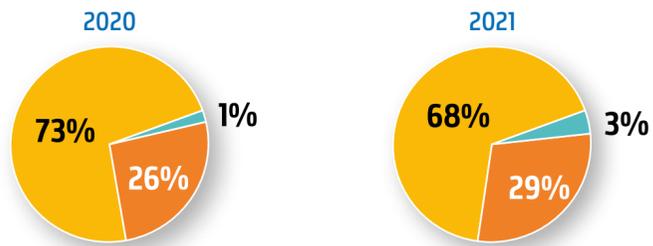
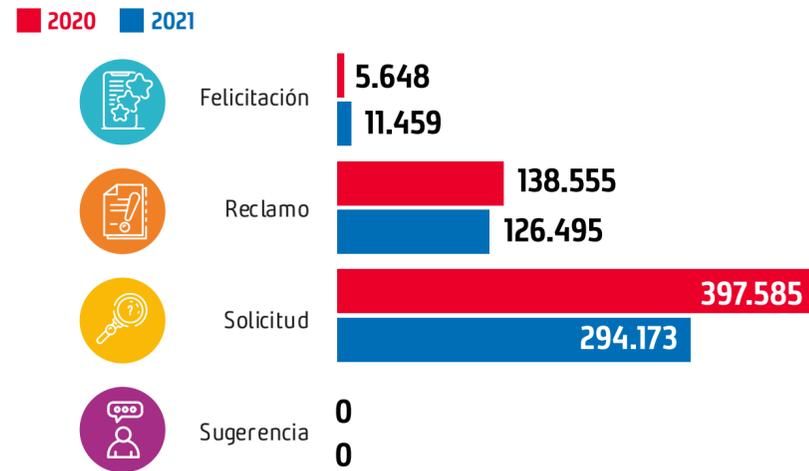


### Número de muestras



## Requerimientos

Durante todo el año, recibimos un total de 432.127 requerimientos, divididos entre reclamos, sugerencias, comentarios positivos y solicitudes.



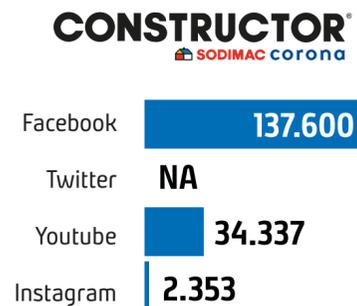
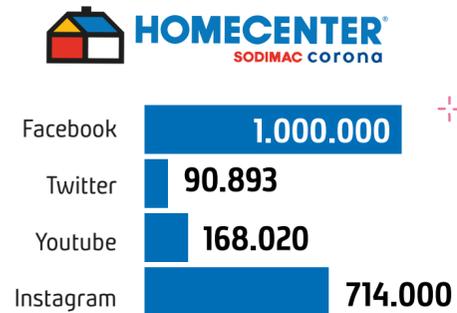
## Redes sociales

En las redes sociales de nuestra compañía le comunicamos a nuestros clientes todas las iniciativas que desarrollamos y de esta manera interactuamos en tiempo real con cada uno de ellos. Esto nos permite entender sus necesidades y ofrecerles mejores productos y servicios. Nuestras redes siguen creciendo y continuamos con la creación de contenido. Como logro destacamos la apertura de la cuenta de Instagram para nuestra marca Constructor con un total de 2.353 seguidores para el cierre del año 2021.

Realizamos una campaña en redes sociales, IVR y en las llamadas para invitar a nuestros clientes a usar los canales digitales como página web y el Chatbot Ana, logramos aumentar la participación en un 51% con respecto a las llamadas.

Para el 2022 nuestra meta es conocer mejor a nuestra audiencia para aumentar las interacciones y mejorar el alcance, de esta manera, propiciar la interacción con nuestra marca. También, esperamos crear contenido para redes sociales nuevas donde nuestro usuario se encuentra activo.

## Número de seguidores



**475**  
Cursos ofrecidos en tienda y virtuales



**33.419**  
Total beneficiados



**3.743**  
Socios nuevos



**4.900**  
Horas de capacitación



**10.63**  
Inversión total en el programa

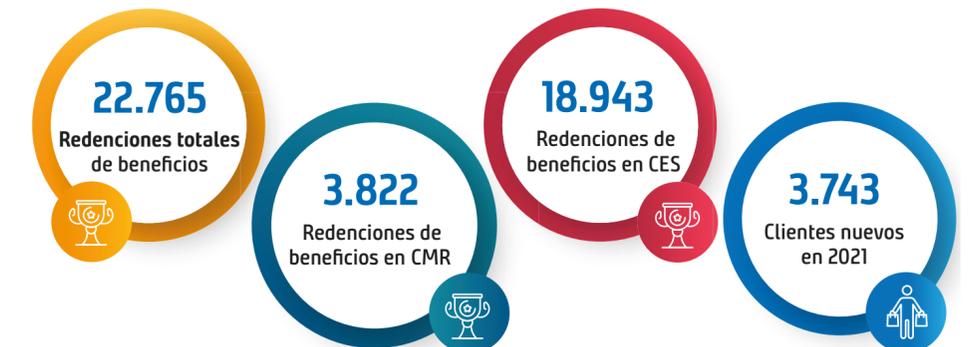
## Proyectos que hacen la diferencia

### Círculo de Especialistas Constructor (CES)

En Sodimac Colombia promovemos espacios de crecimiento mutuo a nuestros diferentes grupos de interés, por eso creamos el Círculo de Especialistas Constructor (CES). El cual busca profesionalizar a nuestros socios de construcción, mantenimiento y remodelación, para que puedan realizar más y mejores negocios, así como mejorar su calidad de vida a través de nuestra oferta de formación.

### Programa de lealtad CMR Puntos

El objetivo para el año 2021 fue la migración de los clientes inscritos del CES al CES + CMR Puntos, para trasladar sus datos e historial de puntos, de esta manera, brindarles nuevos beneficios. Logramos llegar al 45% de nuestros clientes compradores, teniendo en cuenta que en el 2020 solo se tenía al 28%.





## Gran Feria de la Capacitación

Es el evento de formación más grande en el sector de la construcción en Colombia. En el 2021 realizamos por primera vez la versión internacional, en conjunto con Perú, país invitado. Se realizó en formato virtual por tres días seguidos conectamos a expertos del sector, con el propósito de generar conocimiento sobre los retos en la construcción, la profesionalización y formalización de los trabajadores, también, su vinculación a los sistemas de seguridad social e industrial, y su acceso a las tecnologías de la comunicación. Con este espacio logramos conectar a proveedores, especialistas y diferentes empresas, generando alianzas estratégicas para el desarrollo de negocios y espacios de transferencia de conocimiento clave durante el tiempo de pandemia.

Esta formación fue gratuita y estuvieron las principales marcas del mercado de la construcción, con una metodología de sesiones cortas, apoyada por instituciones educativas como el SENA, Universidad EAN y Universidad Católica. Se realizaron un total de 136 charlas y capacitaciones relevante para los diferentes segmentos asociados al sector. Y se conectó a más de 160.000 trabajadores y especialistas del sector.



**4.154**  
Visitantes



**136**  
Capacitaciones



**78**  
marcas participantes



**600**  
millones de pesos en inversión



**12.000**  
especialistas inscritos en nuestra plataforma de formación virtual AcademiaConstructor.com.co.



## Becas Constructor

Con el objetivo de contribuir el mejoramiento de la calidad de vida de los especialistas de la construcción y sus familias, otorgamos becas para el programa de formación de Constructor.

Para el año 2021 cubrimos las becas con diferentes modalidades:

- Diplomados EAN: Opciones de redención de diplomados por puntos dentro del programa CES.
- Acceso a educación gratuita.
- Elegir entre 5 cursos virtuales relacionados con el sector de la construcción.

Obtuvimos estos resultados: 550 accedieron a diplomados a través del programa de fidelización.

## Cliente Pro

Los clientes profesionales de la construcción actuales de la marca Constructor, lo hemos denominado: cliente PRO. Con este proyecto quisimos destacar nuestros clientes de Sodimac que compran en Constructor para desarrollar actividades de su profesión.

Para atender este tipo de cliente, hemos trabajado para redefinir la promesa de valor y así poder responder adecuadamente a sus necesidades. En 2021, generamos diversas estrategias para mejorar la experiencia de compra de este cliente.

■ % Crecimiento vs 2020

**1.020.083** **10.2%**  
Clientes

**\$1.696.559.511.681** **41%**  
Ventas





# Gestión ambiental

*Comprometidos con la búsqueda del desarrollo sostenible a través del cuidado del medioambiente, llevamos a cabo estrategias y acciones para prevenir, minimizar, mitigar y compensar los riesgos e impactos que se derivan de nuestra operación. Trabajamos de manera continua en el mejoramiento de nuestro sistema de gestión ambiental, la promoción del consumo responsable, compensando la huella de carbono generada por nuestra operación. Y desarrollamos actividades dirigidas a crear conciencia y formación ambiental en nuestros/as colaboradores/as y clientes.*



Estas estrategias y acciones se alinean con nuestro propósito de responsabilidad social y ambiental, con lo cual buscamos contribuir a la conservación y el cuidado de los recursos naturales, que como empresa utilizamos diariamente en nuestras operaciones. A continuación, presentamos las iniciativas que desarrollamos durante el 2021.

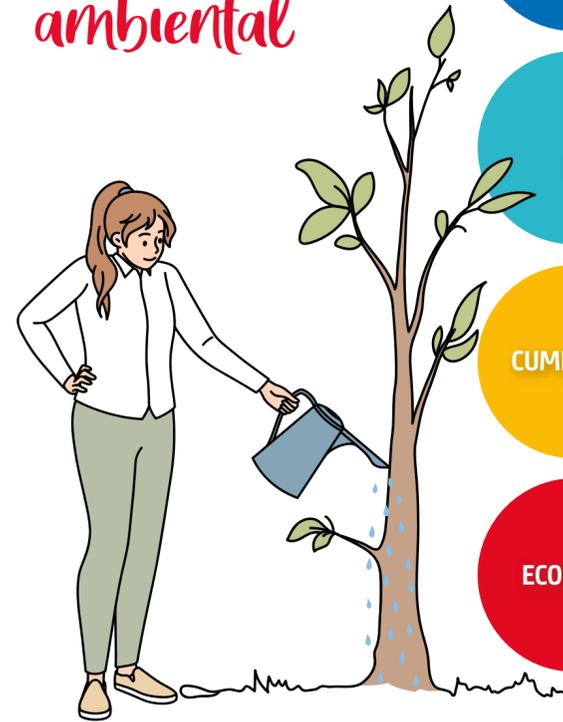


## Nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental

Conscientes de los riesgos e impactos que podrían derivarse de nuestra operación, fortalecemos nuestras estrategias en materia de gestión ambiental, por medio de programas y acciones puntuales que nos permiten medir, observar oportunidades de mejora, establecer planes de acción y gestionar su implementación en línea con nuestro propósito por el cuidado del medio ambiente.

Los programas y acciones en los que hoy trabajamos están dirigidos a la reducción del consumo de agua y las emisiones de gases de efecto invernadero, la generación de energías alternativas, la promoción de construcciones ecoamigables, la recolección de materiales especiales (luminarias, pilas, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (en adelante RAEE), etc.), el reciclaje y la reutilización de los productos, la capacitación en temas de protección del entorno, y el seguimiento a los riesgos e impactos asociados a la gestión empresarial, principalmente derivados del transporte.

## Estrategia de sostenibilidad ambiental



<b>RECURSOS NATURALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medición de la huella hídrica y su compensación.</li> <li>Sistemas de tratamiento aguas residuales.</li> <li>Racionalización bolsas plásticas y potencialización de empaques en diferentes productos comercializados.</li> <li>Casa Eco</li> </ul>
<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medición, reducción y compensación huella de carbono.</li> <li>Construcciones sostenibles: LEED y prácticas verdes.</li> <li>Transporte eficiente de productos.</li> </ul>
<b>CUMPLIMIENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificación ISO 14001.</li> <li>Evaluación ambiental proveedores: certificaciones de origen, sellos verdes, diagnóstico ambiental.</li> </ul>
<b>ECOEficiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compras verdes: compras internas, compras comerciales, compras proyectos.</li> <li>Manejo integrado de residuos sólidos (puntos limpios).</li> <li>Ahorro y uso eficiente del agua.</li> </ul>

### Ahorro y uso eficiente de energía

Conscientes del costo económico y ambiental del uso desmedido de energía, gestionamos un sistema de ahorro y uso eficiente de la energía que usamos a diario. Alineados con nuestro compromiso en responsabilidad social y ambiental, implementamos proyectos de eficiencia energética, como: mejoras en los sistemas eléctricos, cambio de cubiertas traslúcidas para reducir la dependencia de luz artificial, mejoras en los diseños energéticos de los centros de operaciones, el cambio de tecnologías de iluminación, cambios de tecnología de aires acondicionados a tecnología inverter, (una tecnología que permite un mejor rendimiento en consumo de energía), la implementación de sensores y automatización de equipos que garantizan

disminución en el consumo energético. Estas iniciativas y estrategias se suman a una cultura de uso energético que hemos promovido durante el año 2021, lo cual nos ha permitido reducir el consumo de este recurso, generar ahorros económicos, minimizar la huella de carbono de la compañía, y con ello contribuir a la lucha contra la contaminación y el cambio climático.

Además, resaltamos que durante el 2021 tuvimos un menor consumo de energía debido a algunos cierres presentados en el primer semestre del año de algunas de nuestras tiendas y, a estrategias adecuadas de ahorro energético aplicadas en los centros de trabajo. Así mismo, el trabajo remoto de algunos/as colaboradores/as de Oficina de Apoyo a Tiendas y Centros de Distribución, se

traduce en ahorro de energía en las instalaciones de la compañía. Al final del año, la nueva forma de trabajo, la emergencia sanitaria mundial y nuestras estrategias de ahorro de energía representaron un ahorro del 4,9% con respecto al año 2019 de la operación de las 40 tiendas, con medida "same store" (medida que se realiza con el mismo número de tiendas año a año).



### Ahorro y uso eficiente de agua

En Sodimac Colombia implementamos programas e iniciativas para el ahorro y uso eficiente del agua, como: la instalación de sistemas sanitarios ahorradores, el aprovechamiento de aguas lluvias, y la separación de los tanques de red contra incendios de los tanques de agua potable. Adicionalmente, contamos con dispositivos ahorradores en todas las instalaciones y en nuestros Centros de Distribución tenemos planta de recirculación, por medio de la cual se aprovecha el agua para labores de riego y sanitarios.

Acciones como la instalación de sistemas ahorradores, la separación de tanques de red contra incendios y de agua potable, y el aprovechamiento de aguas lluvias, conforman los programas de ahorro y uso eficiente de agua de la compañía. Gracias a estas acciones, en el 2021 logramos tener una disminución de consumo de agua potable del 13% y un incremento de aprovechamiento de aguas lluvias del 60% frente al año 2019.



\*El ahorro de agua es la diferencia entre el uso de agua potable (que es la que está valorizada) entre 2019 y el 2021.  
\*\*El ahorro económico corresponde al monto de dinero que no se gastó por concepto de la reducción en el consumo de agua potable e incremento de uso de aguas lluvias.

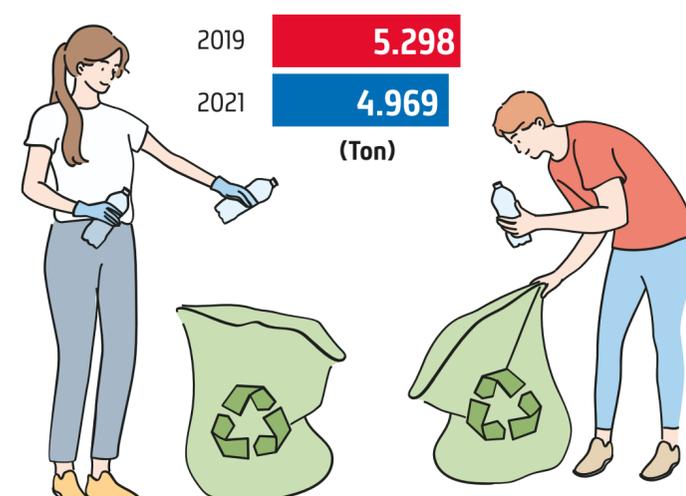
Del consumo total de agua en 2021, 37.464 m<sup>3</sup> corresponden a aguas lluvia. Esto equivale a un total de 11 piscinas olímpicas de agua que provienen de una fuente abundante y sustentable.

## Residuos Reciclables

En Sodimac Colombia somos conscientes del segundo uso que se le puede dar a diferentes materiales sirviendo como materia para la fabricación de otros productos. Asimismo, sabemos el impacto ambiental que tienen estos elementos cuando no son reciclados y terminan contaminando o afectando ecosistemas. Por ello, implementamos buenas prácticas de reciclaje y separación de residuos reciclables que son transportados y entregados a nuestro aliado, la Compañía Colombiana Recicladora S.A., que se encarga de hacer el procesamiento de los materiales para entregarles una segunda vida como materia prima de otros productos. Entre los materiales que más reciclamos se encuentran el papel, cartón, elementos plásticos, bases para materas, entre otros.

Durante el 2021, iniciamos la implementación del programa de envases y empaques establecido en la resolución 1407 de 2018 y adaptamos los procesos de manejo de residuos alineados a esta legislación.

## Toneladas de reciclaje



Gracias a la gestión realizada durante el 2021, se evidencia una disminución de 329 toneladas frente al 2019 debido a la cantidad de chatarra gestionada en el año y a un muy buen ejercicio de reciclaje.

## Residuos peligrosos y programas pos consumo

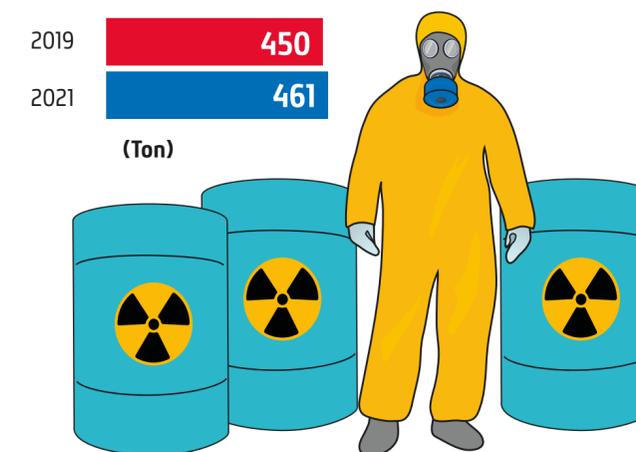
Disponemos y aprovechamos todos los residuos peligrosos generados en nuestros centros de trabajo de manera correcta, a través de nuestros proveedores Ática y Albedo, empresas especializadas que cuentan con las licencias y permisos ambientales para realizar estos procesos de manejo de residuos peligrosos y programas de pos consumo.

El propósito de nuestro programa de manejo integral de materiales es generar la menor cantidad de residuos peligrosos, por lo que trabajamos durante todo el año para dar un correcto manejo a 461 toneladas de residuos peligrosos.

## Productos peligrosos



## Residuos peligrosos



## Posconsumos

Reconocemos que uno de los retos más grandes de las compañías de comercialización de productos, como lo somos nosotros, es generar programas de posconsumo para devolver los residuos resultantes del uso de productos, aparatos o bienes una vez son desechados por nuestros/as clientes/as. Por ello, en Sodimac Colombia hemos establecido un compromiso guiado por la normativa ambiental y nacional para la disposición correcta de los residuos posconsumo.

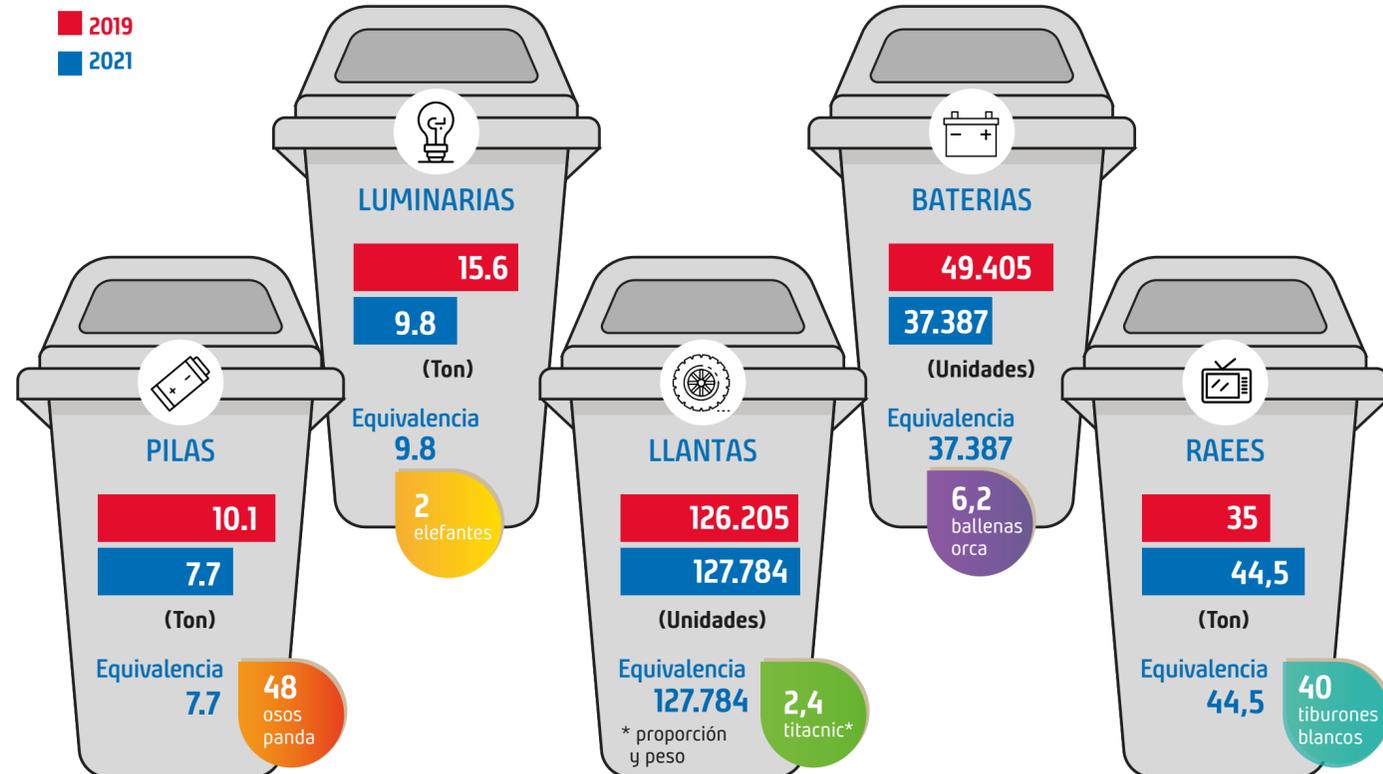
Como parte de nuestro compromiso hacemos seguimiento a la normativa nacional y aplicamos las regulaciones y artículos que aplican en nuestra operación. En especial durante los últimos dos años nos hemos enfocado en adoptar y cumplir al 100% con la regulación para la Gestión Integral de los Residuos de Aparatos Eléctricos y

Electrónicos (RAEE) emitida en el año 2018, y la resolución 1407 que comenzó a regir desde el 2021 de posconsumo de envases y empaques; Dando cumplimiento a esta normativa, todo el material de reciclaje que se recoge en las tiendas se reporta al programa para el cumplimiento de las metas establecidas.

De esta manera, durante el año 2021 hemos seguido generando una correcta gestión de los residuos posconsumo. Destacamos, de manera especial las disminuciones de residuos por efecto de la pandemia, los cierres de tienda, el aumento de las compras digitales y el consumo de nuestros clientes de ahorradores LED, así como de tecnologías recargables.

A continuación, presentamos las toneladas de residuos que recolectamos durante 2021.

## Posconsumo



## Cambio Climático

Los programas que desarrollamos reflejan nuestro compromiso con el medio ambiente. Por esta razón, generamos acciones puntuales que siguen una evaluación del impacto al cambio climático que se deriva de nuestra operación. Identificando oportunidades de gestión en temas asociados a la eficiencia energética y la compensación de la huella de carbono generada por la compañía.

Dentro de las acciones puntuales que hemos llevado a cabo durante 2021, contamos con: una cultura de uso energético con estrategias de apagado y encendido oportuno, lo que aumenta la eficiencia energética en nuestros centros de trabajo.

Como segunda acción puntual, de alto impacto para el cambio climático, destacamos que definimos ser a partir de este año 2021, una empresa carbono neutro.

En 2020, nuestra huella de carbono fue de 12.738 Ton Ceq. La cual logramos compensar en 2021 en un 100% a través de bonos de carbono de proyectos forestales colombianos. Con esta acción, logramos contribuir a la mitigación del cambio climático y aportamos a estrategias

En 2022 continuaremos con nuestro compromiso de contribuir a la compensación ambiental a través de la compensación total de las emisiones alcance 1 y 2 con bonos de carbono.



100%  
Con bonos de carbono





**CERTIFICADO DE CARBONO NEUTRO**

ICONTEC certifica que las especificaciones para la Neutralidad de Carbono de la organización:

**SODIMAC COLOMBIA S.A**

Carrera 68D No. 80-70  
Bogotá, Colombia

Han sido evaluadas y aprobadas con respecto a los requisitos exigidos en la:

**GUÍA PARA LA VERIFICACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE CARBONO NEUTRO DE ICONTEC**

Este certificado reconoce el compromiso y la definición de una política o estrategia que incluye la neutralidad y el desarrollo de un programa para la gestión de las emisiones de Gases Efecto Invernadero, resultantes de la cuantificación de las mismas, por parte de la SODIMAC COLOMBIA S.A, con el propósito de neutralizar sus emisiones.

La neutralización se realizó por medio de compensaciones reconocidas y aprobadas las cuales cumplen con los principios de: transparencia, pertinencia, confiabilidad y exactitud.

Código de Certificado: CN-CER-2021-019  
Fecha de aprobación inicial: 22/09/2021  
Fecha de Vencimiento: 21/09/2024



**Roberto Enrique Montoya Villa**  
Director Ejecutivo

## Ciclo de vida del producto

Responsables de los desechos que se pueden generar de la venta de los productos que comercializamos, llevamos a cabo un proceso de recuperación de materiales que pueden ser reutilizados en la elaboración de nuevos productos. Nuestro objetivo es cumplir con todo el proceso de ciclo de vida del producto, disminuyendo la generación de elementos que puedan contaminar aún más el planeta una vez finalicen su vida útil.

Durante el año 2021 continuamos con los sistemas de economía circular como parte fundamental de nuestra propuesta de desarrollo sostenible y, especialmente, para nuestro programa de posconsumo, aprovechando recursos por medio de las cuatro R:



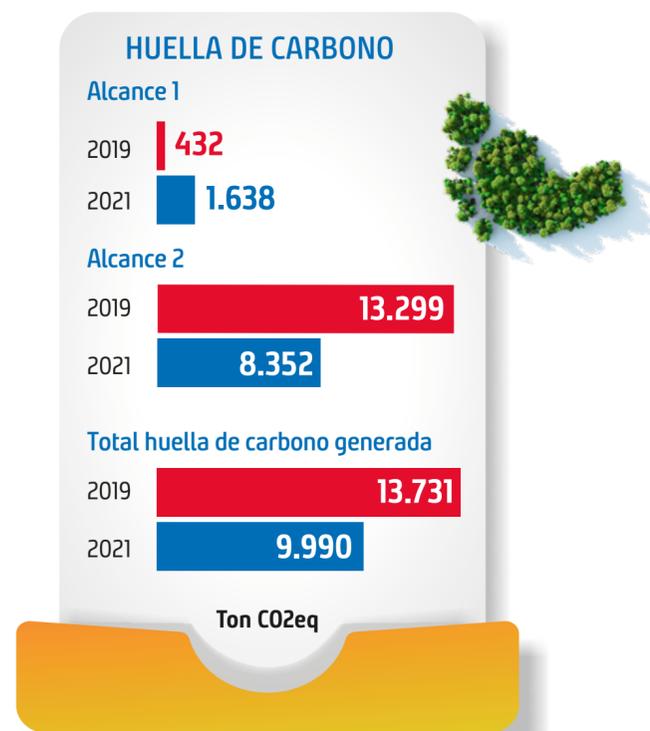
Aplicado a toda nuestra cadena, incorporamos productos provenientes de materiales reciclados como ladrillos y muebles, recolectamos y reutilizamos madera que se pueden convertir en bases de madera ecoamigables, las cuales podemos comercializar como productos de alta calidad.

## Medición de la huella de carbono

Por las actividades que realizamos a diario generamos un impacto en el medio ambiente. Por esta razón, reconocemos la importancia de medir la huella de carbono de la compañía, con el objetivo de prevenir, minimizar, mitigar y compensar la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos directa o indirectamente por nuestra organización; producida por la energía, los combustibles y los gases refrigerantes que utilizamos. Realizamos el inventario de los gases efecto invernadero (en adelante GEI) desde los alcances 1 y 2:

**Alcance 1:** Emisiones directas generadas por el combustible que necesitamos para nuestra operación.

**Alcance 2:** Emisiones indirectas por la electricidad que compramos.



En la medición de este año se incluyó el consumo de gases refrigerantes, por lo que el alcance 1 incrementó en relación al 2019. Debido a un menor consumo de energía, y al cambio en el factor de emisión, para el año 2021 disminuimos el alcance 2 en 37,2% con respecto al 2019.

## Huella de Carbono Transporte

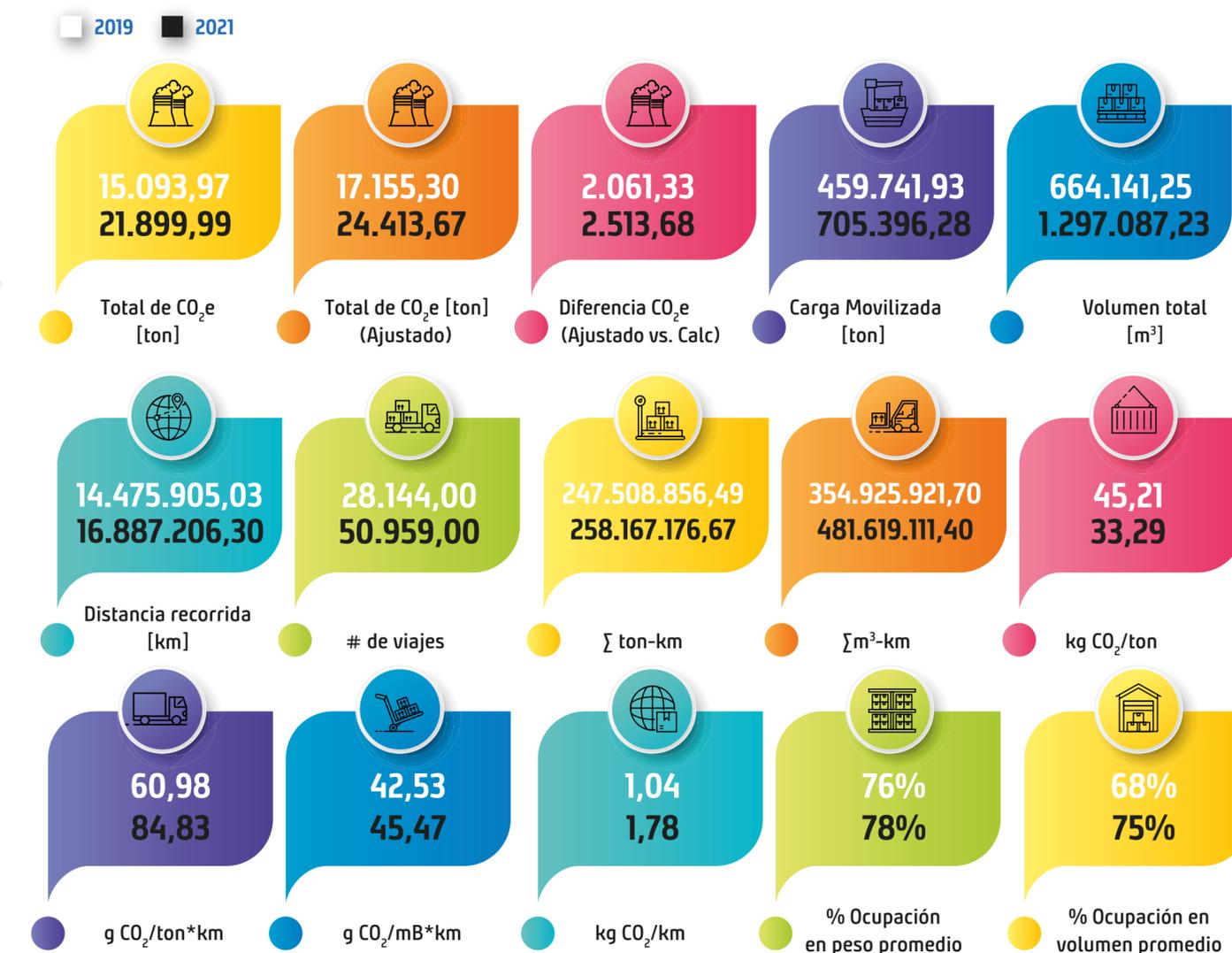
Conociendo el impacto del transporte de nuestra compañía en el medioambiente, el cual se expresa en consumo de recursos (combustibles fósiles), emisiones de carbono (responsable del 23% de total de las emisiones mundiales), consumo energético, ruido y vibración; realizamos en 2021 acciones para su medición y mitigación.

Específicamente, gracias a la alianza con las compañías de Logyca y y GAIA Servicios Ambientales, en 2021 identificamos las variables más relevantes para lograr dismi-

nuir la huella de carbono. Analizando a cada una de las empresas de transporte que intervienen en la cadena de abastecimiento transportando carga. Allí establecimos una metodología en el corto, mediano y largo plazo con el ánimo de construir un programa de trabajo enfocado a disminuir las emisiones, además del diagnóstico a cada uno/a de los/as transportistas.

Con este nuevo estudio realizado logramos calcular la huella 2021 para diagnosticar aún mejor el panorama a mediano y largo plazo.

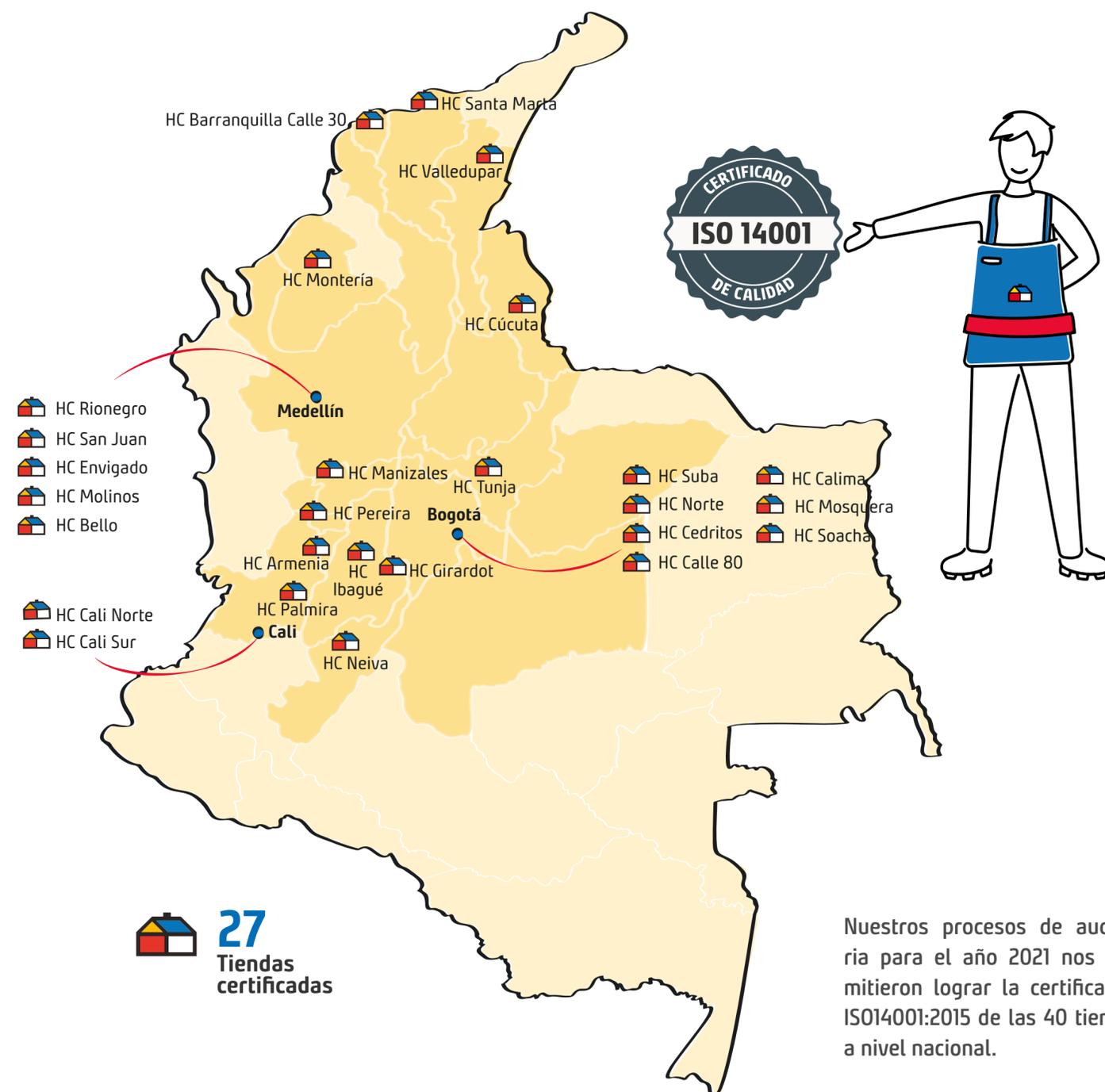
## Eco-indicadores 2021



## Certificación ISO 14001

Nuestro compromiso con el medio ambiente está alineado y medido con los más altos estándares en materia ambiental. Por esta razón, realizamos los procesos de auditoría anualmente a nuestro Sistema de Gestión Ambiental (o SGA) bajo los requerimientos de la Norma ISO 14001:2015.

En el año 2021 llevamos a cabo de manera virtual las auditorías internas al sistema de gestión ambiental en los 40 almacenes, lo cual nos permitió estar preparados para las auditorías externas de certificación de la empresa SGS Colombia, con quienes obtuvimos la certificación de toda la cadena.



Nuestros procesos de auditoría para el año 2021 nos permitieron lograr la certificación ISO14001:2015 de las 40 tiendas a nivel nacional.

## El cuidado del medioambiente en nuestra cadena de suministro

Además de generar estrategias internas para proteger y cuidar el medio ambiente, sabemos que nuestro compromiso se extiende también a nuestra cadena de suministro. Por esta razón compartimos las buenas prácticas en materia ambiental con nuestros proveedores, trabajando permanentemente en la socialización y transmisión de acciones que contribuyan a una operación ambientalmente sostenible.

Destacamos que en el Manual de Proveedores hacemos explícito el compromiso que deben asumir nuestros/as aliados/as de bienes y servicios en la protección del ecosistema, entendiéndose que estos deben ajustarse a todas las leyes y disposiciones aplicables relativas al medio ambiente, procurando implementar cada día mejores prácticas y estándares en el cuidado del mismo. A su vez, en los contratos ratificamos la importancia de que nuestros proveedores preserven los recursos naturales y la obligación que tienen de responder por los impactos causados por la realización de sus operaciones.

Para asegurar el respeto por el medio ambiente, desde hace 5 años incluimos criterios ambientales, en la política interna de compras desde el proceso de selección de proveedores, los cuales son revisados cada año mediante una evaluación de sostenibilidad que posibilita al/a aliado/a comercial su participación en el proceso de contratación de la compañía. En el 2021, el 100% de los nuevos proveedores pasaron por un filtro de selección, equivalente a 13 empresas evaluadas en cumplimiento ambiental.

## Casa Eco: "Lo que hagas en casa lo agradece el planeta"

Promovemos acciones dirigidas a la conservación del medio ambiente con cada uno de los grupos de interés con los que interactuamos. Nuestra responsabilidad es fomentar una cultura de cuidado del planeta, por lo cual tenemos como objetivo educar y generar conciencia sobre la protección y preservación de los recursos naturales.

Para cumplir con nuestro objetivo, hemos creado el programa Casa Eco, el cual está enfocado en entregar soluciones a nuestros/as clientes/as para el uso eficiente del agua, la energía, el aire, ahorro de gas, reciclaje, productos eco amigables, entre otros.

Durante 2021 nos enfocamos en la sensibilización a programas de consumo responsable y posconsumo, con campañas y actividades de comunicación masiva activamos procesos educativos y de sensibilización entorno a la importancia de:

- 1 Política ambiental.
- 2 Residuos reciclables ahorro de agua y energía.
- 3 Impactos y riesgos ambientales.
- 4 Residuos peligrosos, programas pos consumo y contingencias ambientales.
- 5 Economía circular, construcciones y huella de carbono.



Promoviendo de esta forma cambios de hábitos, generamos conciencia ambiental y motivamos hacia el consumo responsable fortaleciendo la cadena de gestión.

Además, logramos generar espacios que suman un total de 12.011 horas para la formación ambiental a través de videos y evaluaciones digitales para todas las partes interesadas de nuestros sistemas de gestión ambiental.

## Construcciones sostenibles

Pensando en prevenir y mitigar los impactos ambientales de nuestra operación desarrollamos construcciones sostenibles que nos permitan lograr reducciones en el consumo de energía, agua y materiales de construcción para potencializar nuestro compromiso con el planeta y cuidar al medio ambiente. Asimismo, hemos implementado herramientas de construcción que permitan reducir las emisiones de dióxido de carbono y una mejoría en la calidad de nuestras instalaciones para los/as colaboradores/as y nuestros/as clientes/as.

Seis de nuestras tiendas cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés) Manizales, Cajicá, Montería, Bucaramanga, Cedritos y Mosquera lo cual ratifica el compromiso que tenemos con la sociedad en materia ambiental.

Adicionalmente, nuestra tienda de Mosquera, cuenta con un 40% de material reciclado y superficies que distribuyen de forma eficiente el calor. un sistema de ahorro del 66% para el consumo de agua, por medio de la recolección de aguas lluvias para el lavado de carros y para el riego de las zonas verdes, haciendo uso de dispositivos de bajo consumo de agua. En esta tienda en especial, el 42% del consumo energético se hace por medio de la ventilación e iluminación natural en el 100% del edificio. También, hemos realizado la implementación de paneles para el aprovechamiento de la energía solar que suple el 30% del consumo total de la tienda, haciendo uso de iluminación LED de alta eficiencia y sistema de control de consumo.

En cuanto a nuestras tiendas de Tunja y Mosquera, las dos cuentan con la certificación EDGE de ahorro y uso eficiente del agua y la energía. Esta certificación destaca la reducción del 21% en gasto de energía, de un 37% en uso de agua y de un 31% en energía empleada en materiales. Estas cifras representan una reducción de 71,13 toneladas de dióxido de carbono al año en las cifras de emisión derivadas de la operación en cada una de las tiendas.



## Grandes momentos ambientales 2021

Reconocimiento especial dirigido a los centros de trabajo que han superado los estándares establecidos por la compañía, generando estrategias para la protección y conservación del medio ambiente:

- Realizamos las auditorias de certificación al Sistema de Gestión Ambiental basado en la ISO 14001:2015 con la empresa SGS Colombia para los 40 centros de trabajo a nivel nacional, donde obtuvimos la certificación de toda la cadena de tiendas en febrero 2021 y recertificación en noviembre 2021.
- De la mano del ICONTEC validamos la declaración de verificación de inventario de gases de efecto invernadero de 12.738 Ton Ceq.
- Para obtener la certificación de carbono neutro de la operación de las tiendas y centros de distribución de Sodimac Colombia S.A, realizamos proceso de auditoria externa con el ICONTEC, quien otorgó el certificado de Carbono Neutral hasta el 21 de septiembre de 2024.



**PLATA**  
CEDRITOS  
HOMECENTER  
Y CONSTRUCTOR



**PLATA**  
BUCARAMANGA



**PLATA**  
MONTERÍA  
HOMECENTER  
Y CONSTRUCTOR



**ORO**  
MANIZALES



**PLATINO**  
CAJICA



## Sodimac Ambiental

Contagiados por la interacción de las redes sociales y la digitalización masiva de las actividades de la compañía, como efecto del trabajo remoto causado por la crisis sanitaria mundial, durante el 2021 realizamos la activación de de publicaciones en LinkedIn, con el objetivo de compartir nuestras prácticas en materia de sostenibilidad ambiental por medio de lo que hemos denominado #SodimacAmbiental. Durante el año hemos destacado y comunicado de esta forma nuestras prácticas en:

- Economía circular basada en las 4 R, reducir, reutilizar, reparar y reciclar.
- Logros en cifras del programa de residuos posconsumo.
- Impulsar una cultura de reciclaje en nuestros/as clientes/as y colaboradores/as a través del lanzamiento de máquinas Ecobot (donde se pueden depositar botellas plásticas vacías o llenas de empaques a cambio de recibir cupones para establecimientos comerciales) en varias de nuestras tiendas.
- Tips para reciclar en casa.





# Desarrollo de proveedores comerciales



*Establecer una buena relación con nuestros proveedores, a quienes consideramos aliados comerciales esenciales, es fundamental para llevar a cabo nuestra operación de la mejor manera. Por eso, buscamos construir una comunicación directa con ellos, a través de la cual se vea reflejado el respeto mutuo, la integridad, la ética y la transparencia. Transmitiendo los lineamientos y principios que guían el actuar de Sodimac, los cuales responden al 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 de soborno o corrupción en su gestión.*

*Alineados con el propósito antes mencionado, hemos trabajado durante el año, en generar programas de mutuo beneficio, con el objetivo de promover las buenas prácticas en sostenibilidad y el cumplimiento de los más altos estándares internacionales en nuestra cadena de suministro.*



En respuesta a los lineamientos en sostenibilidad hacia nuestros proveedores, hemos establecido un Manual de Proveedores, en donde hacemos explícitas las prácticas esperadas a nivel comercial, ético, en medio ambiente y en derechos humanos para este grupo de interés. Asegurando el éxito empresarial a partir de la articulación de las partes y el cumplimiento de prácticas responsables en toda la cadena de suministro. Además, a nuestros proveedores les brindamos programas de formación y acompañamiento virtual, en esta modalidad impactamos a un mayor número de proveedores para fortalecer sus negocios y nuestra relación estratégica. Realizamos alianzas con instituciones educativas y entidades privadas para facilitar la capacitación a los miembros de la cadena de suministro. A continuación, presentamos las iniciativas que desarrollamos para nuestros proveedores durante el 2021.

## Boletín del proveedor

Con el objetivo de mantener comunicación directa con nuestros proveedores y aprovechar los canales virtuales continuamos con la difusión de nuestro boletín digital mensual con noticias frescas, información de interés, temas de sostenibilidad y de innovación digital que les aporta al crecimiento empresarial. En el Boletín presentamos varias secciones, por ejemplo:

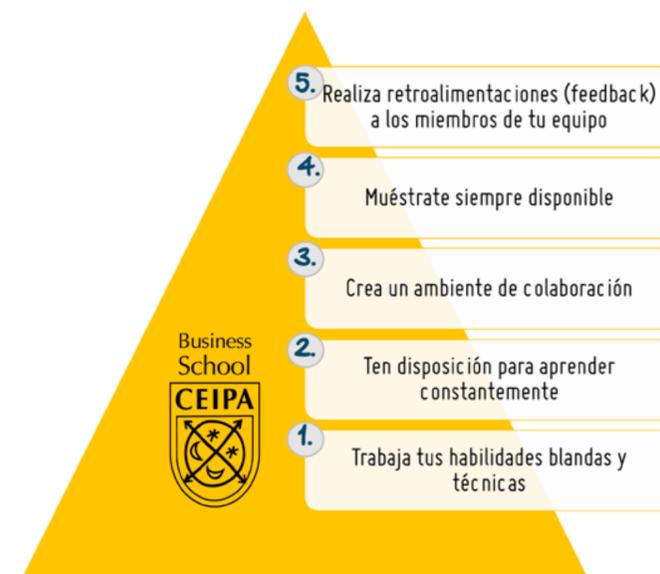
- **Novedades Sodimac**, allí se describen las últimas noticias como acreditación de tiendas y celebración de reconocimientos.
- **Sostenibilidad para proveedores**, en esta se comparte buenas prácticas en responsabilidad social y en la cadena de suministro.
- **Actualidad**. Noticias de carácter nacional e internacional que pueden interesarle a nuestros proveedores en materia legal, comercial y económico.
- **Tips y herramientas** que pueden ser aprovechadas para mejorar la comunicación y optimizar la gestión de sus negocios en la era digital.

El boletín también, es una herramienta para recibir aportes, escuchar a nuestros proveedores en los temas que tienen interés y conocer lo que esperan de nosotros como compañía en temas relacionados con la sostenibilidad.

Al cierre del año 2021, impactamos a 43.007 personas. En el 2022 buscaremos llegar a más proveedores y continuar

## TIPS de LIDERAZGO

Esta semana realizamos de la mano de nuestro aliado CEIPA School of Business una charla sobre liderazgo en tiempos de crisis. Compartimos con ustedes las principales recomendaciones para convertirte en un gran líder para tu equipo



*"Antes de ser líder, el éxito se trata de crecimiento propio. Una vez que te vuelves líder, el éxito se define por el crecimiento de otros".*

aumentando el impacto de este canal, ofreciendo información relevante y conocimiento que fortalezca las relaciones comerciales con nuestros proveedores, para intensificar nuestras prácticas de sostenibilidad en toda la cadena de suministro.

## Declaración de compromisos

Como empresa, nuestro deber es evaluar las prácticas de nuestros proveedores y auditar los productos que comercializamos, con el fin de entregar a nuestros clientes productos seguros que no afecten su salud y que su producción esté alineada con prácticas responsables y sostenibles.

Luego de realizar la inspección de productos, solicitamos a nuestros proveedores firmar una declaración que contiene los compromisos que estos asumen en temas de: 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 sa-

lud 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.

En 2021, un total de 2.746 proveedores de productos importados firmaron la declaración conocida como "Declaration of Social Responsibility in Factory". Para el año 2022 se espera aumentar el número de proveedores firmantes que implementarán prácticas sostenibles, de esta manera unir esfuerzos para garantizar una gestión integral en temas económicos, sociales y ambientales.

## Evaluamos a nuestros proveedores

Cada año realizamos una evaluación a nuestros proveedores, a través de la plataforma internacional Sedex (una base de datos de empresas que permite ver y evaluar prácticas éticas y socialmente responsables de la cadena de abastecimiento), en donde almacenamos, compartimos y generamos informes sobre normativas y prevención de riesgos laborales, gestión medioambiental y ética comercial. Esto con el objetivo de ayudar a nuestros proveedores críticos a evidenciar lo que se destaca de su gestión, así como las oportunidades de mejora que puedan llegar a tener en temas de sostenibilidad.

Nuestro interés como compañía es ampliar el abastecimiento responsable, el comercio ético y las prácticas responsables, de esta manera le garantizamos a todos nuestros grupos de interés que nuestra cadena de servicio es sostenible y cumple con los estándares rigurosos del sector. Somos conscientes que nos relacionamos con cadenas de suministro complejas, así que les evaluamos constantemente y evitamos incurrir en impactos negativos, por ello tomamos decisiones en función del bienestar del entorno, los procesos y las comunidades. En el 2021 logramos que 129 proveedores de China participaran de esta encuesta y 21 proveedores nacionales.

## Boletín del PROVEEDOR

Abril 2022



Para el 2022 buscamos continuar con estas evaluaciones en la plataforma Sedex, para identificar las buenas prácticas de nuestros proveedores y detectar cuándo no lo están haciendo, y entonces, realizar los correctivos necesarios, de acuerdo a nuestro protocolo de actuación. También, continuaremos con espacios de capacitación virtual con entidades aliadas y difusión del Boletín del Proveedor, para que los aliados comerciales obtengan las herramientas y mejoren las prácticas de responsabilidad social.

## Generamos alianzas para el crecimiento

Fomentamos el crecimiento de nuestros proveedores en materia de sostenibilidad para que sus procesos evolucionen y obtengan logros empresariales en materia económica, social y ambiental. En virtud de esto, ratificamos varias alianzas estratégicas con organizaciones expertas en sostenibilidad, como lo son la Red de Suministro Responsable de la Universidad Externado de Colombia y el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible. Con estas dos instituciones desarrollamos espacios de formación en sostenibilidad, siendo los beneficiarios directos nuestros proveedores.

La alianza con la Universidad Externado tiene por objetivo desarrollar un programa de consultoría en responsabilidad social a proveedores Sodimac, en donde los estudiantes de esta universidad realizan un diagnóstico a las empresas pyme participantes, para identificar los procesos relevantes, en los cuales puede fortalecer la gestión de la sostenibilidad, y así conocer de primera mano las mejores prácticas laborales, ambientales, éticas, en derechos humanos, entre otras. Para el fortalecimiento de la gestión integral de sus organizaciones.

Por otra parte, llevamos cuatro años de alianza con el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES). Este año le dimos continuidad a este acuerdo para brindarle la oportunidad a nuestros proveedores de generar su primer informe de sostenibilidad. CECODES, les ofrece una consultoría técnica con el objetivo de poder elaborar un informe integral con una mirada de sostenibilidad y responsabilidad social para elevar los estándares de la gestión empresarial, lo cual permite mejorar la credibilidad, abrir nuevas líneas de negocio y aprovechar oportunidades de alianzas para hacer crecer las compañías.

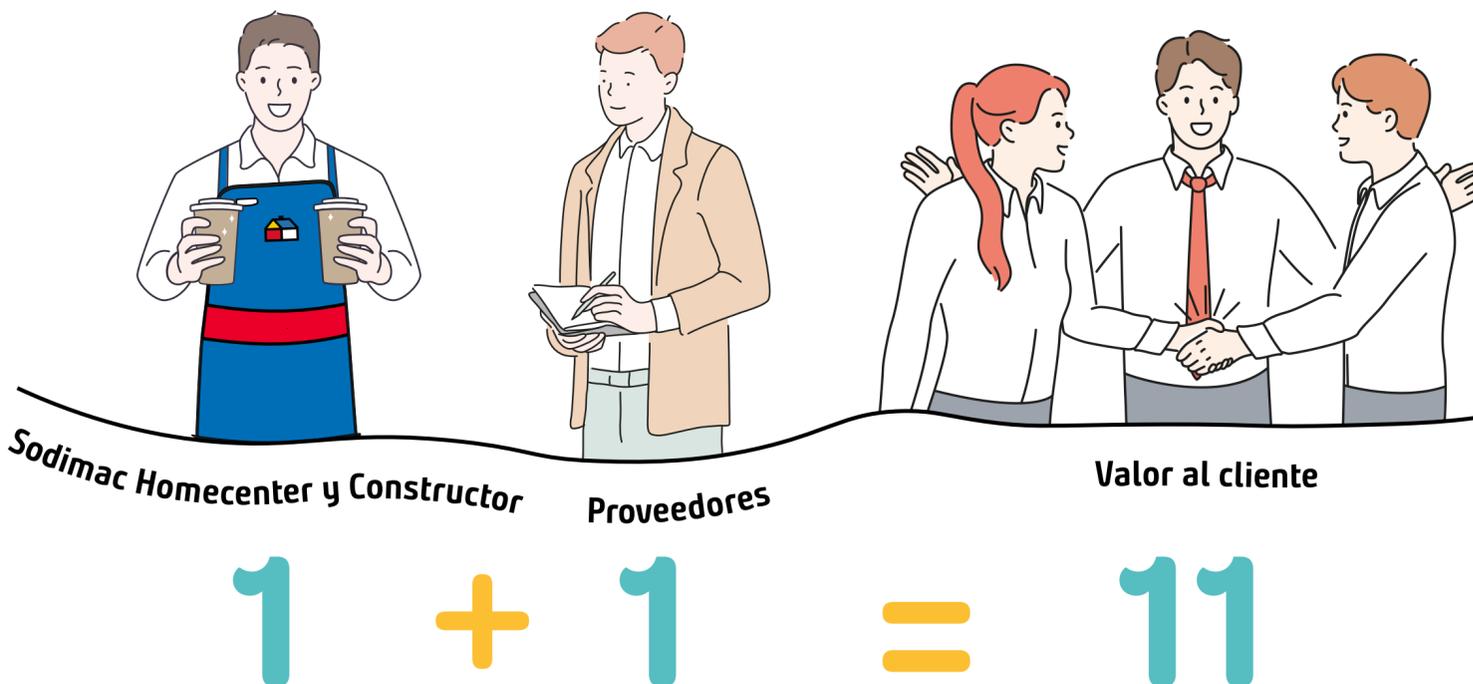
Otra alianza importante este año fue con CEIPA Business School. Esta alianza ha tenido un impacto positivo por

dos razones relevantes. Primero, esta universidad brindó asesoría para resolver los problemas críticos que tuvieron los proveedores en materia de herramientas digitales para los negocios, a través de herramientas prácticas y conocimiento técnico para solventar tales situaciones. La segunda, el aumento del número de participantes en formaciones de sostenibilidad. 197 proveedores beneficiados. Este año se logró una gran cobertura gracias a la modalidad de webinars virtuales. Otorgando la oportunidad a proveedores de diferentes ciudades del país de participar en estos espacios. En el 2022, esperamos continuar consolidando alianzas en pro del crecimiento de nuestros proveedores y el fortalecimiento de nuestra relación estratégica llegando a 100 proveedores.



## Implementamos acciones de crecimiento mutuo

Para Sodimac, el valor de nuestros proveedores se puede resumir en una ecuación:

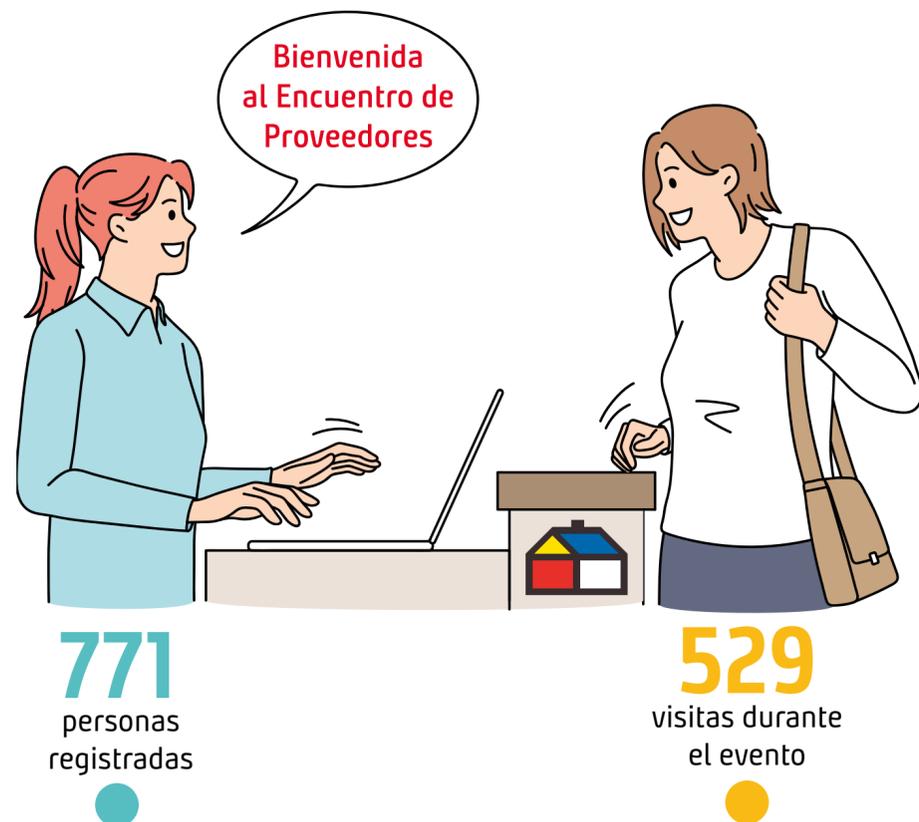


Por esta razón, diseñamos planes y estrategias en los que podamos crecer junto con nuestros proveedores y sobrepasar las expectativas de nuestros clientes.

## Encuentro de Proveedores

Antes de la crisis mundial sanitaria la relación con los proveedores era uno a uno. La gestión comercial se realizaba entre el asesor comercial y el delegado de la empresa. Una vez se implementaron las reuniones virtuales nos dimos cuenta de la gran oportunidad que teníamos para reunir a los proveedores y crear un diálogo desde la experiencia para entender sus necesidades y atenderlas con mayor prontitud. Así que se creó un encuentro de proveedores llamado *Aliados, Juntos Mejorando para el cliente, Sodimac – Homecenter*. En este se trabajó de cerca y de manera detallada con los proveedores. Es decir, fue un espacio para brindar información de novedades, tendencias del mercado, posibilidades de negocio y abordaje a las diferentes problemáticas del proveedor. Un gran encuentro con un propósito amplio para dar solución y entregar información de valor a un gran número de proveedores.

Al finalizar el encuentro se realizó un sondeo de las apreciaciones de los participantes y se evidenció satisfacción por la pertinencia de la información, el conocimiento nuevo, las respuestas a sus preguntas, resolución a sus dificultades y sobre todo emociones positivas porque este espacio les permitió sentirse parte de la familia Sodimac - Homecenter. La percepción de los asistentes fue muy positiva y dio cuenta de la importancia de generar este tipo de espacios.



Esperamos en 2022 generar más encuentros con nuestros proveedores, los cuales nos permitan fortalecer nuestra relación comercial y nuestra estrategia de negocio en conjunto.

## HUB de proveedores

Con el fin de mejorar la experiencia de los proveedores con nuestra empresa, creamos una plataforma para trabajar y colaborar, a través de la cual ellos pudieron autogestionar los asuntos relevantes, como: revisión de inventarios y codificación de sus productos. Este año se desarrolló la plataforma en menor tiempo, gracias al trabajo interdisciplinario de diferentes áreas, y así poner a disposición el mejor servicio. Gracias a los desarrollos realizados, logramos generar despachos de productos a través de la transportadora Envía. Además, logramos que el 91% de los proveedores usara la plataforma para la gestión logística. Con estos resultados nuestros proveedores pudieron agilizar sus procesos, unificar sus bases de datos y lograr economías de escala con sus otros clientes.

Para finalizar, destacamos el diseño del mapa de avances para el 2022, en este definimos la integración de los procesos de embarque, logística, facturación y gestión de información en la plataforma.

## Mentorías

La mentoría corporativa tiene el poder de contribuir al crecimiento personal, profesional y corporativo tanto del mentorado como del mentor. El propósito de crear un programa de mentoría en el 2021 fue dar respuesta a la necesidad reactivar la economía, a través de asesorías a proveedores de pequeñas y medianas empresas, que se vieron afectados por la pandemia y aportar a la reactivación económica de ellos.

En función de ello, se gestó un programa de mentoría con mentores ejecutivos de Sodimac, es decir gerentes, jefes y líderes, quienes de manera voluntaria aportaron su tiempo para guiar a líderes de las pymes en la resolución de retos específicos.

Se realizaron dos tipos de mentoría con el capital intelectual interno de Sodimac, una interna y la otra externa, involucrando en los dos casos a proveedores de nuestra cadena de distribución.

La primera, la mentoría interna, los gerentes, jefes y líderes se reunieron para compartir su experiencia y conocimiento del negocio, también, para aportar lecciones aprendidas en el liderazgo empresarial. De esta manera, los proveedores obtuvieron herramientas para implementarlas en sus modelos de negocio.

La segunda mentoría fue externa, liderada por la Cámara de Comercio de Bogotá, llamada *Todos Unidos*. En esta participaron los gerentes de nivel uno y dos, quienes brindaron asesoría a los proveedores en diferentes espacios con diferentes metodologías y tiempo limitado, con la finalidad de mejorar la competitividad de las pymes. Esta mentoría se realizó en tres momentos planificados de manera estratégica por el área encargada.

**TODOS UNIDOS**

Esperamos llegar a 350 micro empresas y pymes a través de 200 asesorías individuales para que crezcan sus ventas.

#CrecemosUnidosColombia

Apoyan: Alpina, GRUPO ARGOS, Colombia, Fundación Bolívar Davivienda, HOME CENTER, corona, KAVARIA, tigo, Cámara de Comercio de Bogotá

En primer lugar, se realizó una encuesta a 400 proveedores, en las respuestas se identificaron puntos clave de apoyo y se detectó el nivel de afectación por la pandemia. 272 proveedores indicaron afrontar una reducción de ventas por ello, enfrentaban un gran reto financiero.

En segundo lugar, con las respuestas de esta encuesta se definieron las temáticas especializadas, las cuales fueron: estrategia e innovación; mercadeo y ventas; financiero y productividad.

Y, en tercer lugar, se diseñó la metodología y el objetivo de estas mentorías, definiendo: una jornada de SPEED DATE, para brindar orientación puntual sobre un reto. También se ofreció 2 sesiones de asesoría individual. Complementario a ello, se realizaron los comités consultivos, 2 horas mensuales durante 3 meses en máximo 6 sesiones de trabajo. También se realizaron eventos masivos tipo webinar.

El resultado fue de 22 empresas mentonadas, que recibieron orientación para el crecimiento de sus pymes por parte de ejecutivos/as voluntarios/as de diferentes empresas, entre ellas Sodimac.

## Encuesta a proveedores indirectos y proveedores internacionales

Una buena relación con los proveedores significa planificar a largo plazo, estabilidad comercial y confianza mutua. Por ello, desde hace seis años evaluamos la relación con nuestros proveedores y los programas de sostenibilidad que los involucran. Así que, en el año 2021, en respuesta al resultado del Index Corporativo de Sostenibilidad de 2019, realizamos los ajustes necesarios y preparamos una encuesta para los proveedores indirectos, a fin de valorar nuestro relacionamiento con ellos y medir sus avances en materia de sostenibilidad. Esto fue un logro relevante, porque hemos identificado la importancia de trabajar con nuestra cadena de suministro indirecta, para mejorar las prácticas de la gestión integral en sostenibilidad de nuestra compañía y todos nuestros grupos de interés.

Adicionalmente, identificamos que debíamos ampliar el alcance de los instrumentos de evaluación en sostenibilidad a proveedores internacionales. Gracias a un trabajo en conjunto con el equipo de sostenibilidad corporativo, diseñamos un instrumento, para medir el avance en sostenibilidad de este público objetivo y la relación con el propósito de hacer un diagnóstico del grado de avance de los proveedores internacionales en sostenibilidad. También crear acciones que permitan para generar mayor conocimiento sobre las empresas proveedoras, porque cuando esto sucede podemos generar espacios para compartir buenas prácticas en doble vía y tomar los correctivos en los aspectos donde hay oportunidades de mejoras.



Efectivamente, en el 2021 realizamos la encuesta para los proveedores internacionales y estos fueron los principales resultados:

- La encuesta fue contestada por 173 proveedores.
- El 92.48% es de China; el 2.89% es de Taiwán; el 2.31% de India; el 1.73% de Hong Kong; el 0.59% de Vietnam.

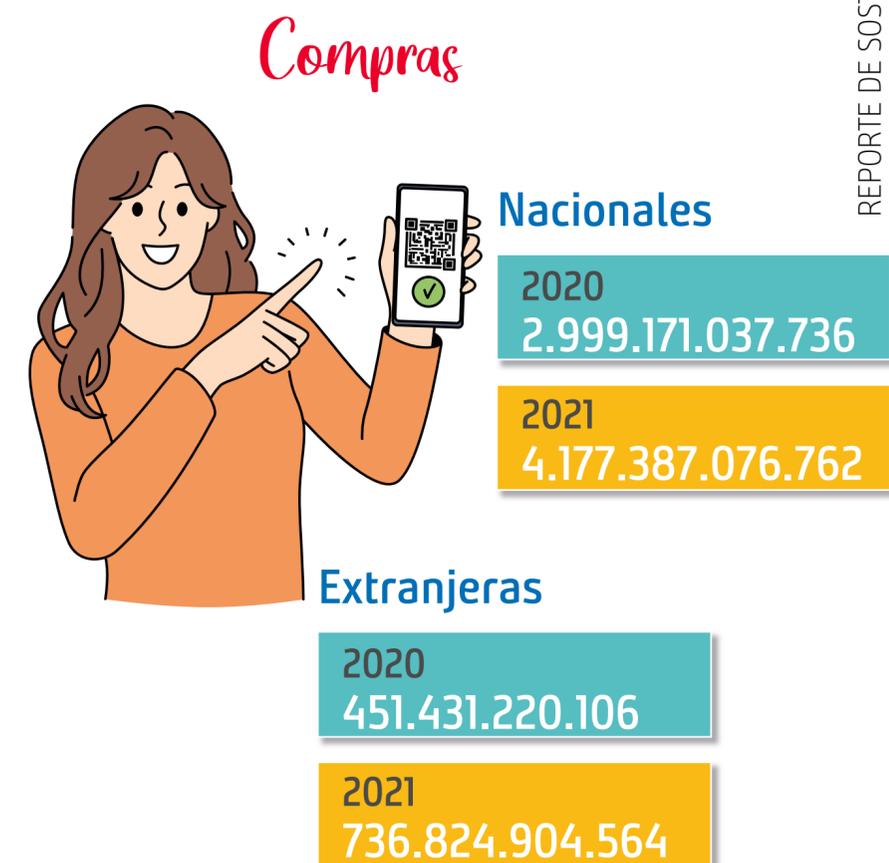
A continuación, las recomendaciones para trabajar en el 2022 según el análisis de las respuestas a la encuesta:



- Diseñar programas e iniciativas para medianas y pequeñas empresas.
- Difundir los programas de sostenibilidad de Sodimac a través de canales de comunicación virtual.
- Diseñar un programa de formación en temas de sostenibilidad para los proveedores internacionales.
- El 82% tiene programas de sostenibilidad, por lo que se podría generar espacios para compartir buenas prácticas.

## Desarrollando a nuestros proveedores nacionales

Nuestro aporte al buen desarrollo de la economía local y las empresas colombianas se ve reflejado en nuestras cifras de compras a proveedores. Este año tuvimos un crecimiento en las compras a empresas nacionales e internacionales.



Con este aporte, buscamos darle a todas las empresas, oportunidades para que su negocio se pueda hacer cada vez más fuerte y logren así, impactar de forma positiva a sus grupos de interés, incluidos nosotros.



## El Premio a la Sostenibilidad Proveedores Sodimac

En el año 2021 realizamos la segunda versión del Premio a la Sostenibilidad Proveedores Sodimac, por medio del cual reconocemos a quienes cuentan con las mejores prácticas que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental del país. Tomando en cuenta la gran acogida de la primera versión en 2019, quisimos darle continuidad y ofrecerles la oportunidad a los proveedores de fortalecer sus prácticas en sostenibilidad, participando en el programa de Primeros y Segundos Pasos en Responsabilidad Social de la Universidad Externado de Colombia, con el fin de mejorar la gestión integral de sus empresas. Además, realizamos varios ajustes para mejorar la entrega de estos premios, entre ellas:

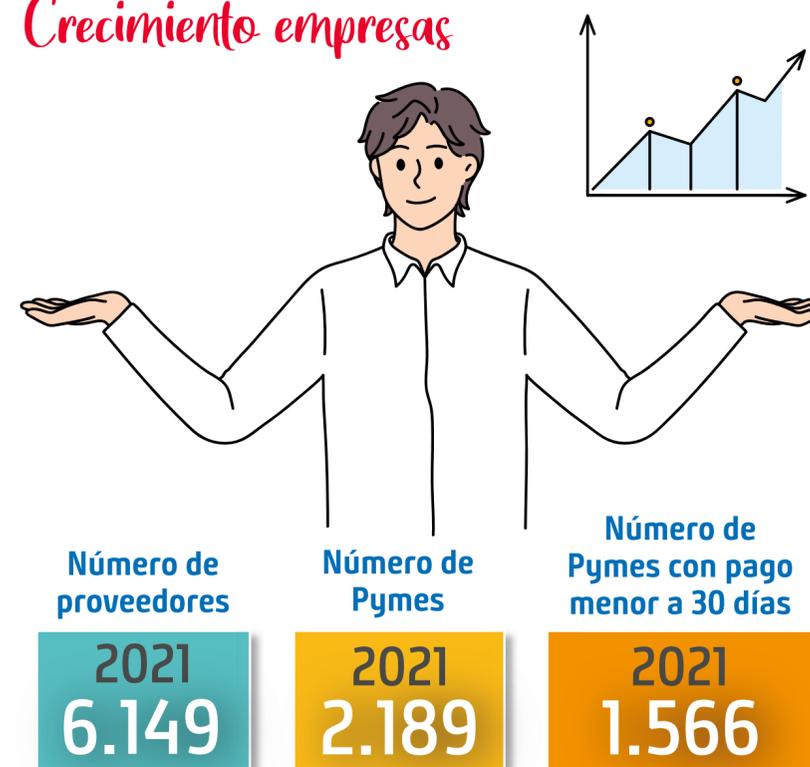
- La actualización del diagnóstico que le solicitamos a las empresas, nos basamos en altos estándares de sostenibilidad y lo incluimos en los requisitos.
- Agregamos categorías para ser rigurosos y acertados en la premiación. Incluimos: categoría para grandes empresas, categoría para medianas empresas y categoría para pequeñas empresas. De esta manera evaluamos sobre los estándares que le correspondía a cada cual.
- Se incorporaron nuevos jurados con diversidad de perfiles del sector académico, empresarial y expertos de Sodimac. Todos ellos competentes en el tema, con un alto criterio de evaluación.
- La firma auditora Deloitte supervisó la evaluación y premiación.

Como resultados de esta segunda versión fue el incremento de los participantes, en el 2019 se inscribieron 18 empresas y en el 2021 se inscribieron 95. Por otro lado, la premiación tuvo 12 finalistas en las tres categorías y 3 ganadores, uno por cada categoría.

## Contribuimos al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas

En Sodimac nos preocupamos por el crecimiento de la economía local y el impacto que nuestras actividades generan en nuestros grupos de interés. Por eso, contribuimos al crecimiento de pequeñas y medianas empresas de nuestro país y, específicamente, a aquellas que están aliadas a nuestra compañía. Lo hacemos a través de programas e iniciativas dirigidas al fortalecimiento económico, social y medio ambiental de las mismas.

### Crecimiento empresas



Como estrategia complementaria a las mentorías para la reactivación económica apoyamos a los proveedores con la disminución de plazo de pago, a un máximo de 30 días. En el 2021, logramos cumplir esta meta con 1.566 empresas, que representan 384 empresas más que las beneficiadas en el año 2020. Además, para apoyar en la administración del capital de trabajo en el cierre de tiendas, negociamos plazos ampliados con las grandes compañías.

Una de las novedades en cuanto a la legislación de este año es la Ley 2024 del 23 de julio del 2020, más conocida como La Ley de Pago a Plazos Justos, decretada para regir a partir del 1 de enero del 2021. En esta se expresa que, si existe demora en pagos, el proveedor puede solicitar una indemnización por costos de cobros debidamente acreditados. Estos plazos serán definidos tomando en cuenta la clasificación que cada empresa le dé a sus proveedores, de acuerdo con lo contenido en el decreto 957 del 5 de junio de 2019. Es decir, basado en los ingresos, número de empleados, sector económico, entre otros factores.

Tomando en cuenta lo anterior, en el 2022 continuaremos cumpliendo con los pagos dentro de los plazos establecidos, garantizando los lineamientos por parte del gobierno nacional en pro del adecuado desarrollo de nuestros proveedores y nuestra relación comercial.



## INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2021 DE SODIMAC COLOMBIA S.A.

A la Administración de Sodimac Colombia S.A.

### *Informe sobre la declaración del Reporte de Sostenibilidad*

Hemos llevado a cabo un trabajo de aseguramiento limitado sobre el Reporte de Sostenibilidad de conformidad con lo establecido en la sección de criterios de este informe, de Sodimac Colombia S.A. por el año terminado el 31 de diciembre de 2021. Este compromiso de aseguramiento fue llevado a cabo por un equipo multidisciplinario que incluye profesionales de aseguramiento y especialistas en sostenibilidad.

### *Criterios*

Los criterios utilizados por Sodimac Colombia S.A. para preparar el Reporte de Sostenibilidad, objeto del encargo de aseguramiento limitado, fueron establecidos considerando los términos y condiciones expuestos en los Estándares GRI y con los indicadores modificados que la Administración definió como complemento a lo mencionado en GRI y adicionalmente, indicadores definidos por la Administración como propios, los cuales se detallan en el Anexo adjunto.

### *Responsabilidad de la administración sobre la información del Reporte de Sostenibilidad*

La Administración es responsable de la preparación del Reporte de Sostenibilidad de acuerdo con los criterios establecidos en los Estándares GRI y con los indicadores modificados que la Administración definió como complemento a lo mencionado en GRI y adicionalmente, indicadores definidos por la Administración como propios. Esta responsabilidad incluye el diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno relevante para la preparación de una declaración del Reporte de Sostenibilidad que esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error.

El Reporte de Sostenibilidad está sujeto a incertidumbre inherente debido al uso de información no financiera la cual es objeto de mayores limitaciones inherentes que la información financiera, dada la naturaleza de los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar dicha información. En la elaboración del Reporte de Sostenibilidad, la Administración efectúa interpretaciones cualitativas sobre la relevancia, la materialidad y la exactitud de la información que están sujetas a supuestos y juicios.

### *Nuestra independencia y control de calidad*

Hemos cumplido con los requerimientos éticos y de independencia del Código de Ética Profesional del Contador Público emitido por el International Ethics Standard Board for Accountants (IESBA), el cual se basa en los principios de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra Firma aplica el International Standard on Quality Control 1 (ISQC 1) y, por lo tanto, mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relacionados con el cumplimiento de requisitos éticos, estándares profesionales y requisitos de leyes y regulaciones aplicables.

### *Responsabilidad de los profesionales independientes*

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión de aseguramiento limitado sobre el Reporte de Sostenibilidad con base en los procedimientos que hemos efectuado y la evidencia que hemos obtenido. Llevamos a cabo nuestro trabajo de aseguramiento limitado de acuerdo con el "Estándar Internacional para Trabajos de Aseguramiento, diferentes de auditorías o revisiones de información financiera histórica" ISAE 3000 - Revisada (por sus siglas en inglés) emitido por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Este estándar requiere la planeación y realización del trabajo para obtener la seguridad limitada acerca de si la información del Reporte de Sostenibilidad está libre de errores materiales.

Los procedimientos que realizamos se basaron en nuestro juicio profesional e incluyeron consultas, observación de los procesos realizados, inspección de documentos, procedimientos analíticos, evaluación de la idoneidad de los métodos de cuantificación y políticas de informes, y acuerdo o conciliación con los registros subyacentes.

Dadas las circunstancias del compromiso, hemos realizado los siguientes procedimientos:

- a. A través de indagaciones, obtuvimos una comprensión del entorno de control y los sistemas de información de Sodimac Colombia S.A. relevantes, pero no evaluamos el diseño de actividades de control particulares ni obtuvimos evidencia sobre su implementación, ni probamos su efectividad operativa.
- b. Entendimiento de las herramientas usadas para generar, agregar y reportar la información no financiera mediante indagaciones con los responsables de los procesos relacionados.
- c. Pruebas sustantivas sobre una base selectiva aleatoria de información de sostenibilidad identificada por la Compañía, para determinar los estándares e indicadores objeto de aseguramiento limitado y corroborar que los datos se hayan medido, registrado, recopilado, e informado adecuadamente a través de:
  - i. Inspección de políticas y procedimientos establecidos por la Compañía.
  - ii. Inspección de documentos soporte de origen interno y externo.
  - iii. Recálculos
  - iv. Comparación de los contenidos presentados por la Administración con lo establecido en la sección de criterios de este informe.

En el Anexo se detalla los estándares e indicadores de desempeño en sostenibilidad incluidos en el alcance de nuestro trabajo.

Nuestro encargo de aseguramiento limitado se realizó solamente con respecto a los estándares e indicadores de desempeño de sostenibilidad incluidos en el Anexo, por el año terminado el 31 de diciembre de 2021; y no hemos realizado ningún procedimiento con respecto a años anteriores, proyecciones y metas futuras, o cualquier otro elemento incluido en el Reporte de Sostenibilidad por el año terminado el 31 de diciembre de 2021 y, por lo tanto, no expresamos una conclusión al respecto.

Un trabajo de aseguramiento limitado implica evaluar lo apropiado, en las circunstancias, del uso de los criterios por parte de la Compañía como base para la preparación del reporte de información de sostenibilidad; evaluando los riesgos de errores materiales en el reporte de información de sostenibilidad debido a fraude o error; respondiendo a los riesgos evaluados según sea necesario en las circunstancias; y evaluando la presentación general de la información del reporte de información de sostenibilidad. El alcance de un trabajo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el de un trabajo de aseguramiento razonable en relación tanto con los procedimientos de evaluación de riesgos, incluido un entendimiento del control interno, así como con los procedimientos realizados en respuesta a los riesgos evaluados. Por lo anterior, no expresamos una conclusión de aseguramiento razonable acerca de si la información del reporte de información de sostenibilidad de la Compañía ha sido preparada en todos los aspectos materiales, de conformidad con lo establecido en la sección de criterios de este informe.

Consideramos que la evidencia obtenida es suficiente y apropiada para proveer una base para nuestra conclusión de aseguramiento limitado.

*Conclusión del aseguramiento limitado*

Con base en el trabajo efectuado descrito en este informe, los procedimientos llevados a cabo y la evidencia obtenida, no ha llegado a nuestro conocimiento ninguna cuestión que nos lleve a pensar que los estándares e indicadores de desempeño en sostenibilidad por el año terminado el 31 de diciembre de 2021, no han cumplido en todos los aspectos materiales, de conformidad con lo establecido en la sección de criterios de este informe.

*Restricción del uso del informe*

Nuestro informe se emite exclusivamente con el propósito expuesto en el primer párrafo y, no debe utilizarse para ningún otro propósito ni ser distribuido a otras partes por sí solo. Este informe se refiere solamente a los asuntos mencionados en las secciones precedentes y a la información de sostenibilidad identificada y no se extiende a ninguna otra información financiera y no financiera incluidas en el Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac Colombia S.A. por el año terminado el 31 de diciembre de 2021, ni a sus estados financieros, tomados en su conjunto.

JORGE ENRIQUE MÚNERA D  
Socio  
Medellín, 19 de abril de 2022

**ANEXO**

A continuación, se detallan los Estándares GRI y con los indicadores modificados que la Administración definió como complemento a lo mencionado en GRI y adicionalmente, indicadores definidos por la Administración como propios.

Estos criterios de evaluación forman parte integral de nuestro informe de aseguramiento limitado independiente sobre el Reporte de Sostenibilidad 2021 de Sodimac Colombia S.A. por el año terminado el 31 de diciembre de 2021.

Estándares GRI	Descripción
GRI 308-1 (2016)	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.
GRI 403-2 (2016)	Tipos de lesiones y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y ausentismo, y número de muertes relacionadas con el trabajo
GRI 404-1 (2016)	Media de horas de formación al año por empleado.
GRI 416-1 (2016)	Incidentes de incumplimiento de los impactos de los productos y servicios sobre la salud y la seguridad

Estándares GRI modificados	Descripción
GRI 305-1 (2016)	Emisiones de CO <sub>2</sub> Alcance 1. a. El valor bruto de emisiones directas de GEI (alcance 1) en toneladas métricas de CO <sub>2</sub> equivalente. b. Los gases incluidos en el cálculo: CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O, HFC, PFC, SF <sub>6</sub> , NF <sub>3</sub> o todos.
GRI 305-2 (2016)	Emisiones de CO <sub>2</sub> Alcance 2. a. El valor bruto de emisiones directas de GEI (alcance 2) en toneladas métricas de CO <sub>2</sub> equivalente. b. Los gases incluidos en el cálculo: CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O, HFC, PFC, SF <sub>6</sub> , NF <sub>3</sub> o todos.
GRI 306-2 (2016)	Residuos por tipo y método de eliminación a. El peso total de los residuos peligrosos b. El peso total de los residuos no peligrosos c. Cómo se ha decidido el método de eliminación de los residuos: d. Eliminación directa por parte de la organización o confirmación directa de cualquier otro modo

Indicadores propios	Descripción
SOD 3	Índice de calidad de vida laboral.
SOD 13	Medición de la huella de carbono de transporte (Alcance 3).
SOD 21	Comunicación a los clientes sobre el tipo de información recopilada, y para que se usa esta información.



Homecenter Colombia



@Homecenter\_co



Homecenter Colombia



Homecenter\_Co