

Reporte de Sostenibilidad 2020





Reporte de sostenibilidad 2020

- Homecenter Colombia
- @Homecenter_co
- Homecenter Colombia
- Homecenter_Co

SODIMAC COLOMBIA S.A.

Comité de Gerencia

Miguel Pardo Brigard
Gerente General

José Antonio Bustos Ortega
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

Redacción
Paola Ximena Hernández
Lina María Sierra

Edición de contenidos
Lina María Sierra

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

Analista de Responsabilidad Social
Lina María Sierra
lsierraa@homecenter.co



04

Sodimac en cifras

32

Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

67

Marketing y comercio responsable: nuestros clientes

05

Nuestro perfil

37

Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores

78

Gestión ambiental

14

Comprometidos con la sostenibilidad

61

¿Qué estamos haciendo por nuestra comunidad?

86

Desarrollo de proveedores comerciales

Contenido

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

www.homecenter.com.co



Mensaje del Gerente General



En Sodimac Colombia nos caracterizamos por ser una compañía que busca otorgar a sus 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 así, como en este año 2020, logramos hacer frente a los desafíos que vivimos debido a la coyuntura por el Covid-19, resolviendo diversos retos en la gestión integral y sostenible de nuestra compañía, así como en la generación de valor para todos nuestros grupos de interés. Lo anterior lo presentaremos en este, nuestro octavo reporte de sostenibilidad, con los programas e iniciativas que desarrollamos durante el año.

Este reporte de sostenibilidad ha sido elaborado siguiendo la metodología propuesta por el Global Reporting Initiative (GRI) en su versión estándar de conformidad con la opción esencial. Ha sido verificado por la firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad, Deloitte Asesores y Consultores Ltda.

Destacamos especialmente en 2020, que a pesar de los cambios y retos propuestos por la “nueva normalidad”, logramos darle continuidad y generar estrategias de recuperación para el negocio. Nos concentramos en garantizar la salud de nuestros colaboradores y clientes, mediante estrictas medidas de bioseguridad. Realizamos ajustes al modelo operacional y fortalecimos nuestras capacidades logísticas para impulsar los canales digitales y la omnicanalidad.

Los resultados obtenidos son producto del compromiso y la motivación de nuestro equipo Sodimac, quienes dieron todo de sí mismos para, aún en tiempos difíciles, salir a flote. Resaltamos la capacidad de resiliencia y adaptación de todo un equipo, quien sin importar las condiciones, trabajó de manera incansable por seguir mejorando la calidad de vida de miles de colombianos.

Sin lugar a duda trabajamos de la mano con nuestros grupos de interés para fomentar la reactivación económica y, reinventándonos, le apostamos a construir un mejor país para todos y todas.

Los resultados obtenidos en 2020, son producto de este gran trabajo. Logramos aumentar las ventas en nuestro retail digital (página de internet, app, ventas telefónicas y pantallas digitales), en un 117%, alcanzando, además, un crecimiento en el EBITDA del 0.3% y una utilidad neta más de 176 mil millones de pesos.

Destacamos, entre otros aspectos económicos, que gracias a nuestra estrategia de hiperaceleración digital, en donde el foco se ha centrado en ajustar la operación con tecnología e inteligencia artificial, de acuerdo con los cambios de comportamiento de compra de nuestros clientes, logramos un crecimiento 10 veces por encima del crecimiento del 2019 en la App Homecenter y completamos ventas por más de 51 mil millones de pesos. Sien-

do el canal con mayor crecimiento de la compañía, aumentamos en 139% sus visitas frente al año pasado y sus descargas en un 271%. Por otro lado, en nuestra página web logramos implementar 17 asistentes de venta digital, que para este año tuvieron más de 45 mil visitas y una atribución de venta de más de 4.100 millones de pesos. En cuanto a nuestro Marketplace alcanzamos ventas por más de 72 mil millones de pesos, creciendo el 153%.

Dada la emergencia internacional, logramos robustecer nuestro proceso de entrega de productos, gracias a la implementación de la automatización y la inteligencia artificial en nuestros centros de distribución, y así generar mayor productividad y eficiencia.

Teniendo en cuenta los desafíos del Covid-19, a nivel social hicimos unos ajustes importantes en nuestra forma de trabajar y lanzamos la estrategia “Smart Working”. La cual nos permitió disminuir las amenazas de contagio y con ello garantizar el bienestar de nuestra gente. Además, obtuvimos otros beneficios en los procesos de la compañía, como: ahorro de tiempo, disminución de reprocesos, mayor productividad y el reforzamiento de nuevas habilidades en nuestros colaboradores. Quienes hoy pueden afrontar retos y desafíos desde cualquier lugar, cumpliendo con las expectativas pactadas.

Evidenciando la necesidad de mantenernos conectados virtualmente con todos nuestros colaboradores y buscando mantener unos niveles de salud física y emocional para su bienestar, realizamos dos mediciones de la encuesta de Entorno Laboral y Salud Emocional, permitiéndonos ejecutar acciones de acompañamiento a colaboradores en tiempos difíciles y generar estrategias de calidad de vida laboral de manera digital.

En referencia al cuidado de nuestra gente, resaltamos que gracias al trabajo que realizamos en seguridad y salud y protocolos rigurosos en bioseguridad, tuvimos 0 accidentes graves, 10% de reducción en la tasa de frecuencia y 14% de reducción en la tasa de severidad.

Para fortalecer y ampliar nuestro conocimiento, el cual nos permite ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, impulsamos de manera acelerada la oferta de cursos de capacitación digitales para colaboradores con la plataforma de autoaprendizaje virtual Ubits, llegando a impactar a 6.400 colaboradores, representando un aumento del 156% frente a 2019. Además, impartimos 410.730 horas en capacitación a través de las escuelas de formación en temas como: servicio al cliente, prevención de Covid-19, alfabetización digital, análisis de datos, formación de proyectos, liderazgo, ventas, logística, seguridad y salud en el trabajo.

En cuanto a nuestra contribución a la comunidad, ejecutamos la campaña “Más Unidos Que Nunca” durante el periodo de la coyuntura por Covid-19 para recaudar fondos y comprar elementos de protección personal para el personal médico y de la Cruz Roja. Y la campaña “Todos Unidos” durante la ola invernal, en donde realizamos la donación de kits de emergencia para las personas más afectadas por el huracán en San Andrés y Providencia.

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 séptima Gran Feria de la Capacitación en un formato totalmente virtual. Permitiendo conectar a 98.214 personas entorno a los grandes retos del sector de la construcción en medio de la coyuntura por el Covid-19.

En temas ambientales, resaltamos nuestra labor encaminada al cuidado del medio ambiente y al uso responsable de los recursos naturales. En especial, la certificación al sistema de gestión ambiental de 27 tiendas en todo el país, según la norma ISO 14001: 2015 y la implementación del sistema de gestión en las 40 tiendas para recibir la certificación completa en 2021. Además, destacamos nuestro aporte a la compensación de la huella de carbono con la siembra de 5.000 árboles durante el año.

Finalmente, luego de haber enfrentado un año lleno de desafíos, estamos convencidos de la importancia de la gestión de la sostenibilidad en las empresas, la cual es clave, no solo para el negocio sino para la construcción un futuro mejor. Teniendo en cuenta esto, 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 los datos, la inteligencia artificial y los avances en logística. Además, continuaremos velando por el cuidado de nuestra familia Sodimac, dándole valor a nuestro capital humano, quienes hacen realidad todo lo que soñamos como empresa. Cuidando el 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



161.632
referencias
activas de
productos.

385.956
m² construidos.

8.992
colaboradores.

21.173.404
millones de transacciones.

40
tiendas.

25
ciudades.

3.923
billones en
ventas netas.



Nuestro perfil

Sodimac Colombia es una empresa de origen colombiano y chileno con 27 años de experiencia en el país. Nos dedicamos al mejoramiento del hogar y la construcción, buscando satisfacer a nuestros clientes a través de múltiples puntos de contacto, así como canales de venta que aseguran un modelo de negocio omnicanal (tiendas, página web, aplicaciones móviles y call center).

Nos focalizamos 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 excelencia en el servicio, 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

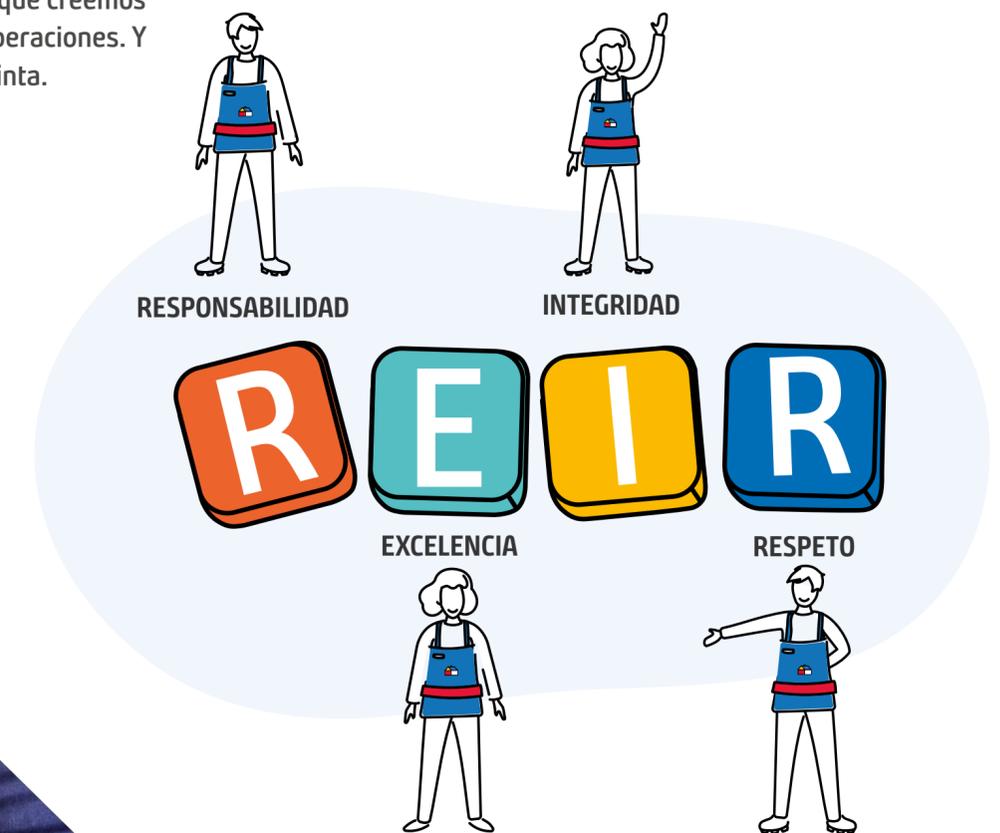
Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mediante el mejoramiento de la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América.

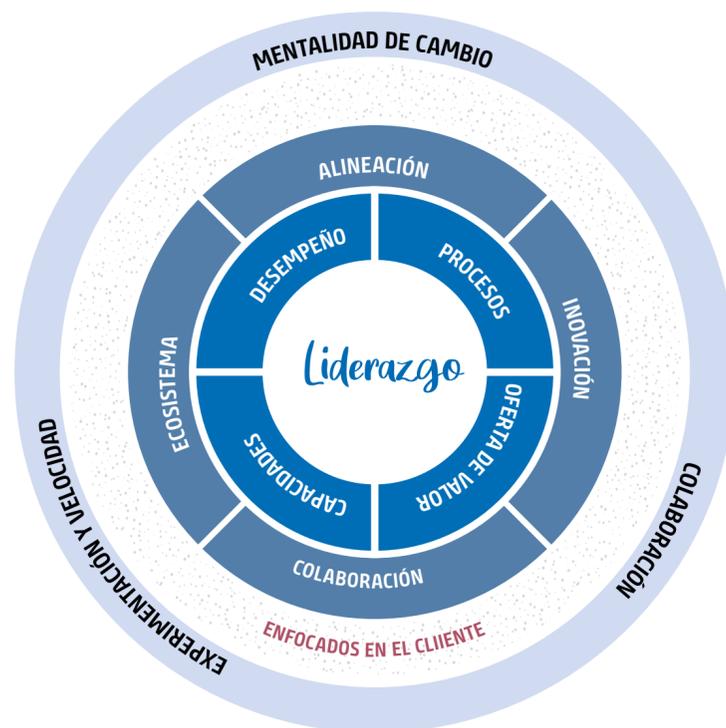
Nuestros valores

Compartimos prácticas ejemplares con nuestros grupos de interés, para lo cual los valores corporativos son esenciales y expresan el resumen de lo que somos, de lo que creemos y nos identifica y dan valor único a nuestras operaciones. Y de las ventajas competitivas que la hacen distinta.

El respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad, nos inspiran a mirar el futuro con optimismo y a lograr el propósito diario de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y de la comunidad.

- **Respeto:** somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.
- **Excelencia:** estamos orientados al servicio, y al 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 y 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, la forma de comunicarnos, creencias, nuestra forma de actuar y sentir al respecto de la organización.

Está compuesto por cuatro elementos:

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

Nuestro Relato Corporativo

Somos una organización dedicada al mejoramiento del hogar; hemos crecido y contamos con distintas empresas que constituyen nuestra identidad. Hoy somos Sodimac, Maestro, Dico, 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 Organización Corona, que tiene como propósito central mejorar vidas transformando espacios, promoviendo crecimiento inclusivo y sostenible, la competitividad y la institucionalidad en donde opera.

Y contamos con una participación accionaria del Grupo Falabella, empresa líder en América Latina del comercio físico y digital, la cual pone al cliente en el centro de sus decisiones, buscando simplificar sus vidas, transformando sus experiencias de compra, a través de soluciones simples y personalizadas, basadas en una propuesta omnicanal.

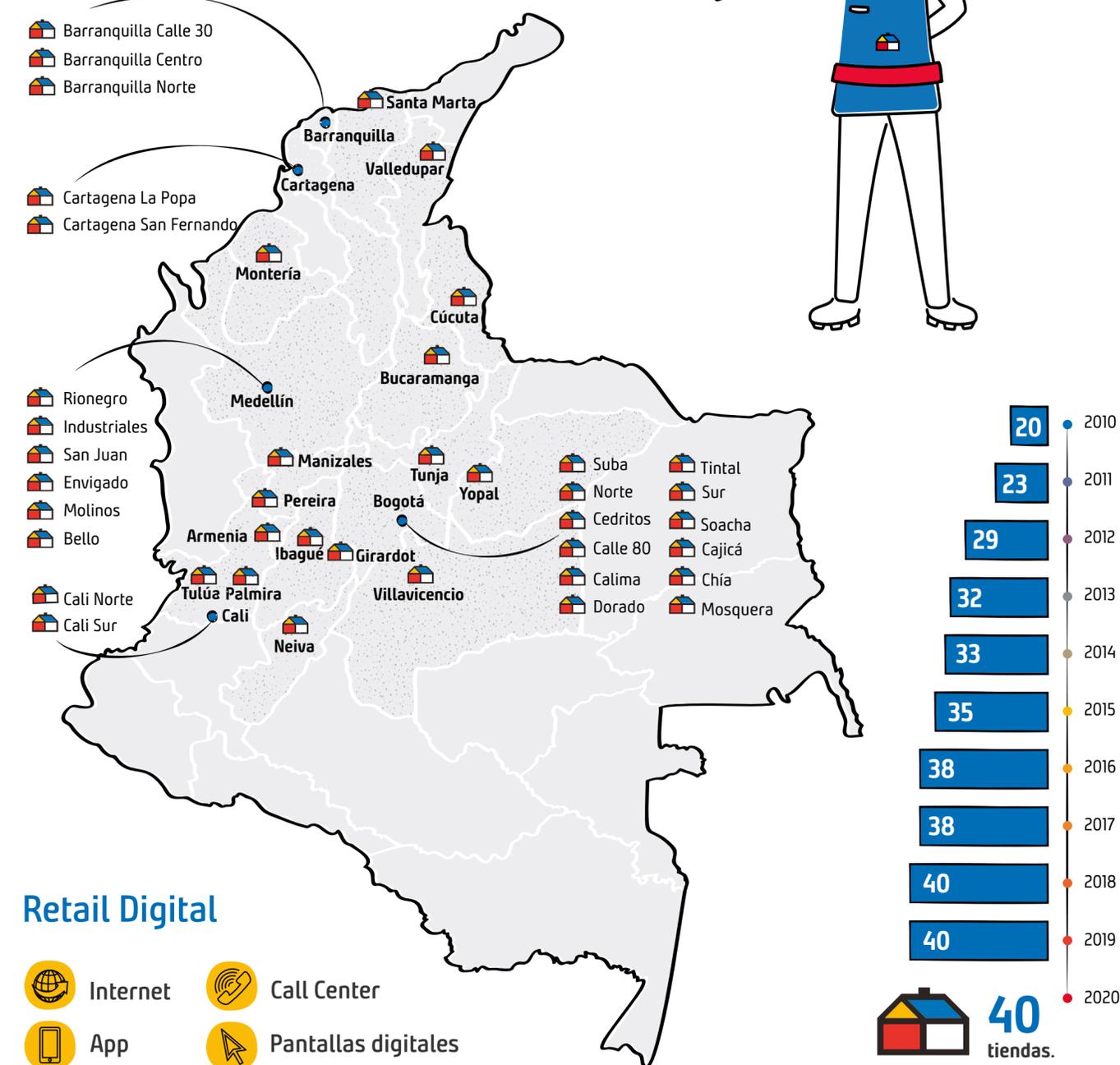
Estamos orgullosos de ser una organización diversa, de vocación global, en la que nuestras diferencias y múltiples estilos culturales representan verdaderos aportes que nutren nuestro propósito. Porque juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

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

Nuestro desafío es mirar 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 en la empresa, las que hacemos esto 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.



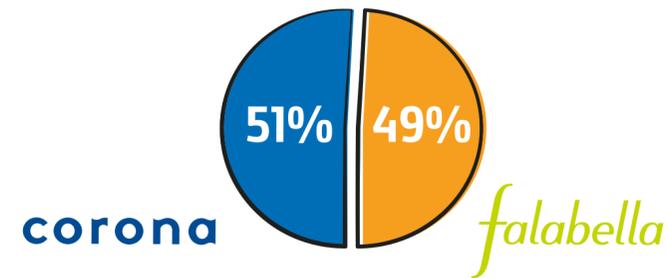
Retail Digital

- 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



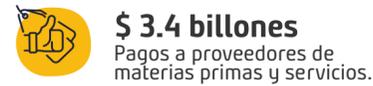
VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEC)

Cifras en COP\$



VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)

Cifras en COP\$



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.

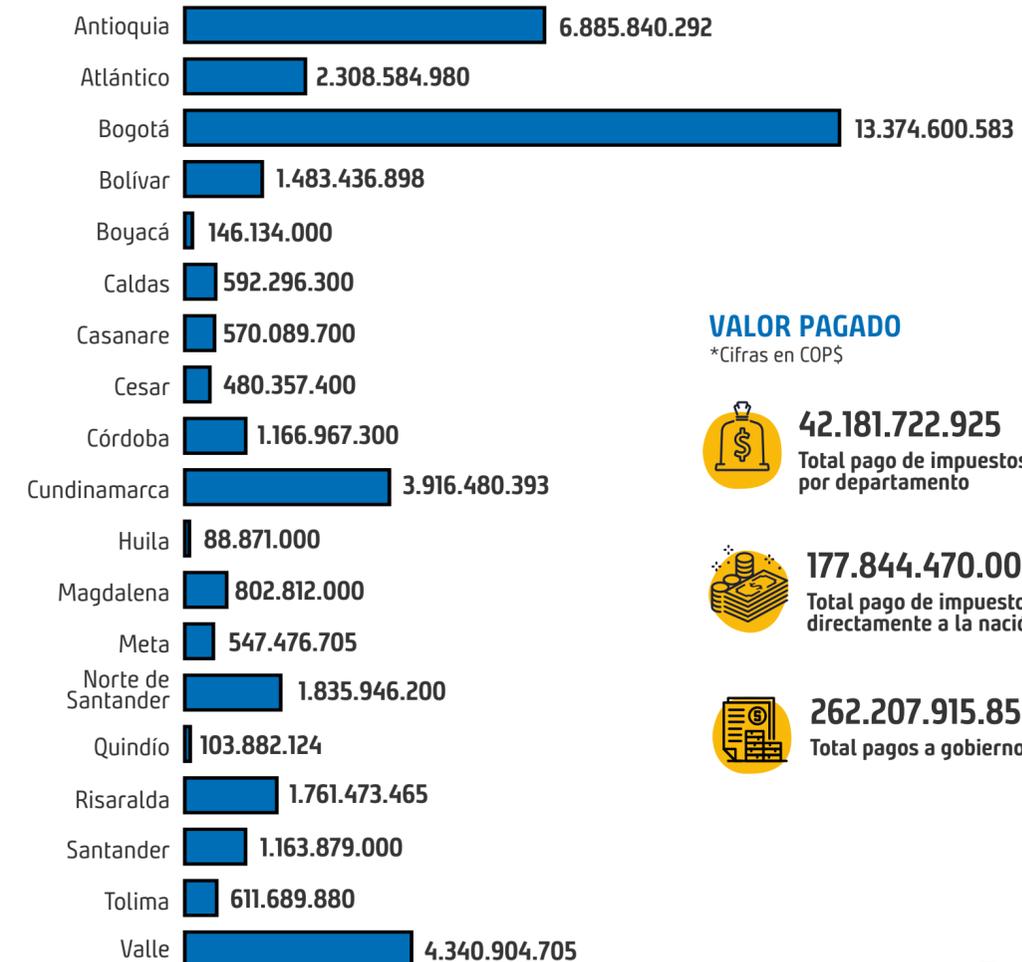
Para el logro de los objetivos estratégicos, analizamos la normatividad tributaria relativa a la ejecución de cada uno de los negocios, identificamos los lineamientos que deben ser aplicados y evaluamos el impacto tributario en la factibilidad de los nuevos proyectos.

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 2020, las cuales ascienden a los 262 mil millones.

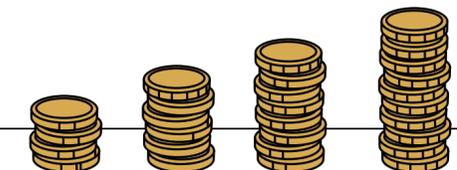
DEPARTAMENTO

*Cifras en COP\$



VALOR PAGADO

*Cifras en COP\$



Nuestros principales logros en 2020

Económicos



Tuvimos ingresos totales por **3.9 billones de pesos**, obteniendo un cumplimiento del 92.4%.



Alcanzamos una utilidad neta de **176.883 millones de pesos**, con un cumplimiento del 95.1%.



Logramos ventas en nuestro canal de retail digital por **510.296 millones de pesos**, representando un crecimiento del **117%**.



Aumentamos la participación sobre retail pasando del **6.4%** al **14%**.



Alcanzamos **139 mil millones** de visitas en nuestros canales digitales, representado en un crecimiento del **82%**.



Logramos ventas en nuestro Marketplace por **72.165 millones de pesos**, creciendo el **153%**.



Obtuvimos una calificación de **50,4** puntos en experiencia del cliente NPS (Net Promoter Score).



Realizamos la apertura del nuevo Centro de Distribución de Camión Plano.



Implementamos la robotización en el proceso de picking del Centro de Distribución de Funza.



Ampliamos el alcance del proceso de autopago del cliente con **32** nuevas cajas de autopago, en **8** tiendas. Completando un total de **182** cajas de autopago en **38** tiendas a nivel nacional.



Sociales



Realizamos dos mediciones de la encuesta de Entorno Laboral y Salud Emocional, ejecutando acciones de acompañamiento a colaboradores en medio de la pandemia por Covid-19.



Formamos a **181** colaboradores con nivel técnico en la Escuela de Excelencia.



Logramos que **6.400** colaboradores realizaran cursos virtuales a través de plataformas de capacitación como Ubits, incentivando el autoaprendizaje.



Tuvimos **0** accidentes graves, representando **10%** de reducción en la tasa de frecuencia y un **14%** de reducción en la tasa de severidad.



Contamos con **116** personas en condición de discapacidad cognitiva, **7** personas en condición de discapacidad física y **11** personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica durante 2020.



Impartimos **410.730** horas en capacitación a través de las Escuelas de Formación en temas como servicio al cliente, prevención de Covid-19, alfabetización de datos, formación de proyectos, liderazgo, ventas, logística, seguridad y salud en el trabajo.



Realizamos **25** donaciones de mercancía a diversas organizaciones sociales a nivel nacional con una contribución de **226 millones de pesos**.



Recaudamos **69 millones** en vueltas de nuestros clientes para proyectos de mejoramiento del hábitat.



Desarrollamos un boletín virtual en sostenibilidad para proveedores, impactando cerca de **10.000** personas y fortaleciendo prácticas en Responsabilidad Social.



Establecimos una alianza con la Red Nacional de Mujeres y Alta Consejería de la República para fortalecer la equidad de la mujer en el sector de la construcción y luchar contra la violencia de género.



Ejecutamos los programas Más Unidos Que Nunca en la Pandemia y Todos Unidos en la Ola Invernal como contribución a la comunidad.



Ambientales



Recibimos la Certificación ISO:14001 de 27 tiendas y completamos la implementación del Sistema de Gestión en las 40 tiendas.



Recolectamos y dimos correcto uso a 9 toneladas de pilas y luminarias, y a 63.000 unidades de llantas y baterías.



Realizamos la compensación del 16% de la huella de carbono generada por nuestra operación, sembrando un total de 5.000 árboles.



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, donde 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.

Durante 2020, 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, hemos generado redes más ágiles, las cuales 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 como 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. En 2020 fortalecimos 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: realizamos la apertura en 2020 del 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 nuevo Centro de Distribución facilita los procesos logísticos, a través de una operación moderna, 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 apalancar el canal de venta a distancia, así como mejorar el servicio en las entregas completas y a tiempo, factores que promueven experiencias memorables para nuestros clientes virtuales.

El direccionamiento estratégico y la innovación implementada en el Cedis VAD, permiten a la compañía contar con un diseño operacional y sistémico que genera integración de transferencia entre centros de distribución y tiendas, lo cual 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
M² totales
construidos.



970
Posiciones de picking
de estantería.



424
Posiciones de reserva
con capacidad para
14.767 pallets.



4
Muelles para despacho
de domicilios.



11
Muelles para recibo de
proveedores y transferencias.



21
Muelles para despachos
urbanos y nacionales.



3
Áreas de almacenamiento
(reserva a piso, estanterías
y cantilever).



380
Ubicaciones de Picking para
Ventas a Distancia.

CD Tenjo



19.561
M² totales
construidos.



12
Mallas para aislamiento
de rutas de despachos.



14.832
Posiciones
de reserva.



12
Muelles para recibo de
proveedores y transferencias.



12
Muelles para despachos
urbanos y nacionales.



6
Áreas de
almacenamiento.

CD Funza



87.378 m²
M² cuadrados totales
construidos.



77.500
Posiciones
en reserva.



165
Muelles de cargue y descargue.



6.499
Posiciones
en multinivel.

Call center

Trabajamos para ofrecerle a nuestros clientes facilidades de contacto y de compra a través de nuestro propio call center. Durante 2020, atendiendo a los lineamientos del gobierno nacional sobre aislamiento obligatorio, implementamos un nuevo canal de comunicación, trabajamos desde casa y nos especializamos para atender de manera oportuna las necesidades de cada estilo de cliente. Destacamos, sin embargo, que causa de la pandemia, el Call Center sufrió un desborde de llamadas superando las cifras estimadas, pues pasamos de un promedio diario de 1.700 llamadas entrantes, entre los meses de enero y febrero, a recibir un promedio diario de 6.700 llamadas en el mes de mayo. Trabajamos internamente en planes de choque para mitigar y recuperar los indicadores de atención a los clientes.

Entre estos planes, creamos Call Centers auxiliares para brindar atención a los clientes, con personal de Sodimac que se encontraba trabajando desde casa. Por lo anterior, 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 nuevo canal WhatsApp. También, realizamos desarrollos en nuestro sistema de audio respuesta

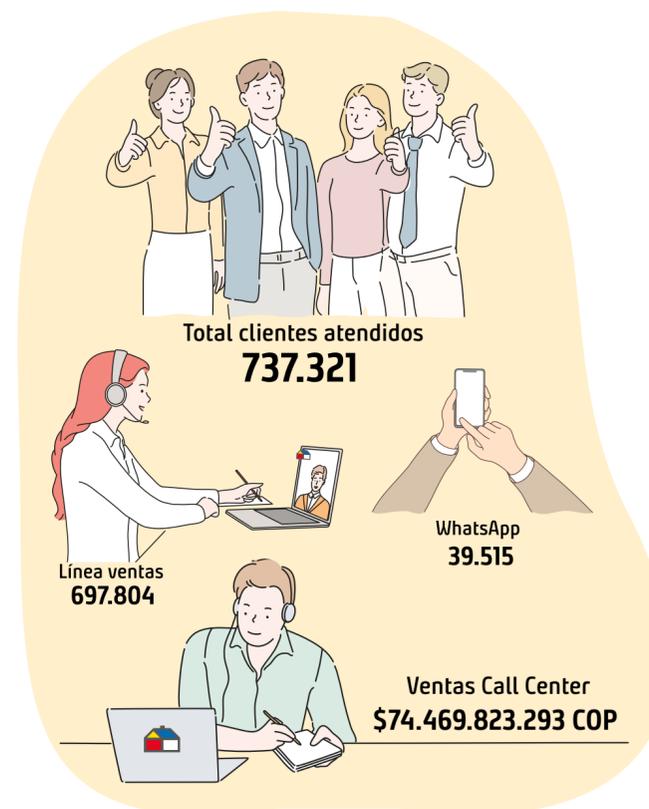


018000 127373
Línea venta telefónica



#689
Línea constructor
Compre desde su obra

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 de nuestros clientes 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 (por sus siglas en inglés *Interactive Response Unit*) a nuestros clientes más valiosos para brindarles una atención excepcional y diferencial, pues son atendidos por asesores especializados, con tiempos de respuesta más cortos.

Nuestros canales de venta

Retail



Nuestro propósito es que la mayor cantidad de personas en América logren que sus casas se conviertan en el mejor lugar del mundo. Ofrecemos asesoría, ideas y los precios más convenientes de una completa variedad de productos y servicios, a la que es posible acceder a través de múltiples puntos de contacto.



Buscamos elevar el nivel de vida de los especialistas en Latinoamérica. Los ayudamos a desarrollarse y hacer crecer sus negocios. Les ofrecemos el mayor surtido de productos y servicios, y asesorías en cualquier lugar, al mejor precio y con la garantía de su crecimiento profesional.



A través de este canal brindamos las mejores soluciones y precios a nuestros clientes empresariales y del sector de la construcción en todo el país.



Nuestros canales de venta digitales nos permiten llegar a más clientes dentro del territorio colombiano y responder a las necesidades de cada uno de ellos con ofertas de productos y servicios innovadores de muy fácil acceso. Entre ellos, contamos con nuestra página web, nuestra App Homecenter, nuestro call center y nuestra plataforma de Marketplace (la cual ofrece una oferta única de surtido extendido).



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, que 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 2020, debido a la coyuntura por la emergencia sanitaria, le apostamos a la hiperaceleración 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 basados 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 160.000 referencias, que hacen parte de nuestros 5 departamentos: Materiales de Construcción, Ferrería, Terminaciones, Hogar, 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 permite a nuestros clientes encontrar todo lo necesario para cumplir sus sueños de construcción, remodelación y decoración.

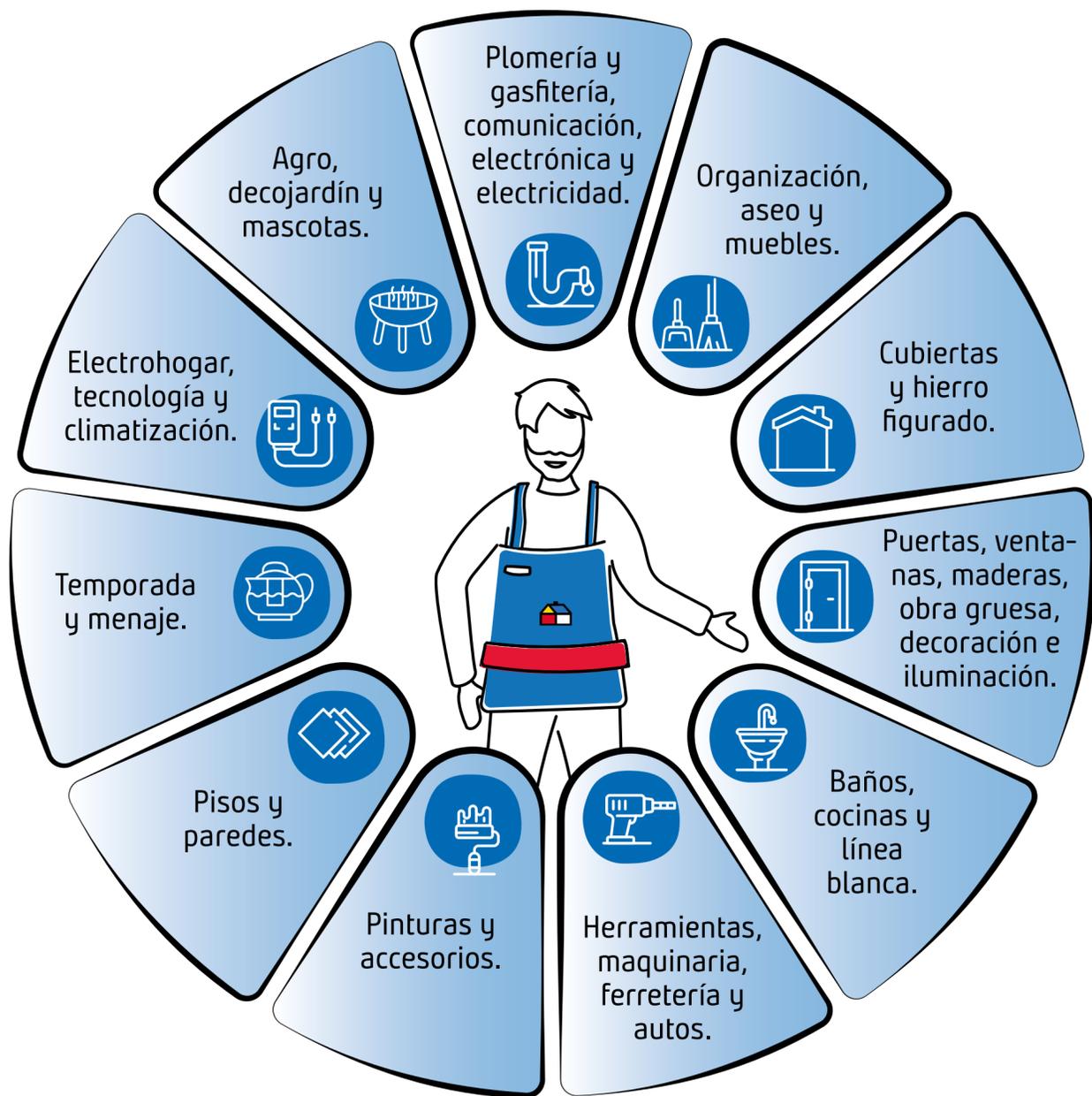
Destacamos especialmente, que durante el 2020 trabajamos para ofrecer soluciones a nuestros clientes, teniendo en cuenta los desafíos por la pandemia por el Covid-19. Nuestro portafolio de servicios se amplió, basado en el alcance presencial y digital que pudimos tener en el año y en dar opciones a nuestros clientes de acompañamiento y asesoría integral para sus proyectos.

Ejemplo de ello, son las asesorías virtuales para proyectos en donde generamos una video llamada, 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.

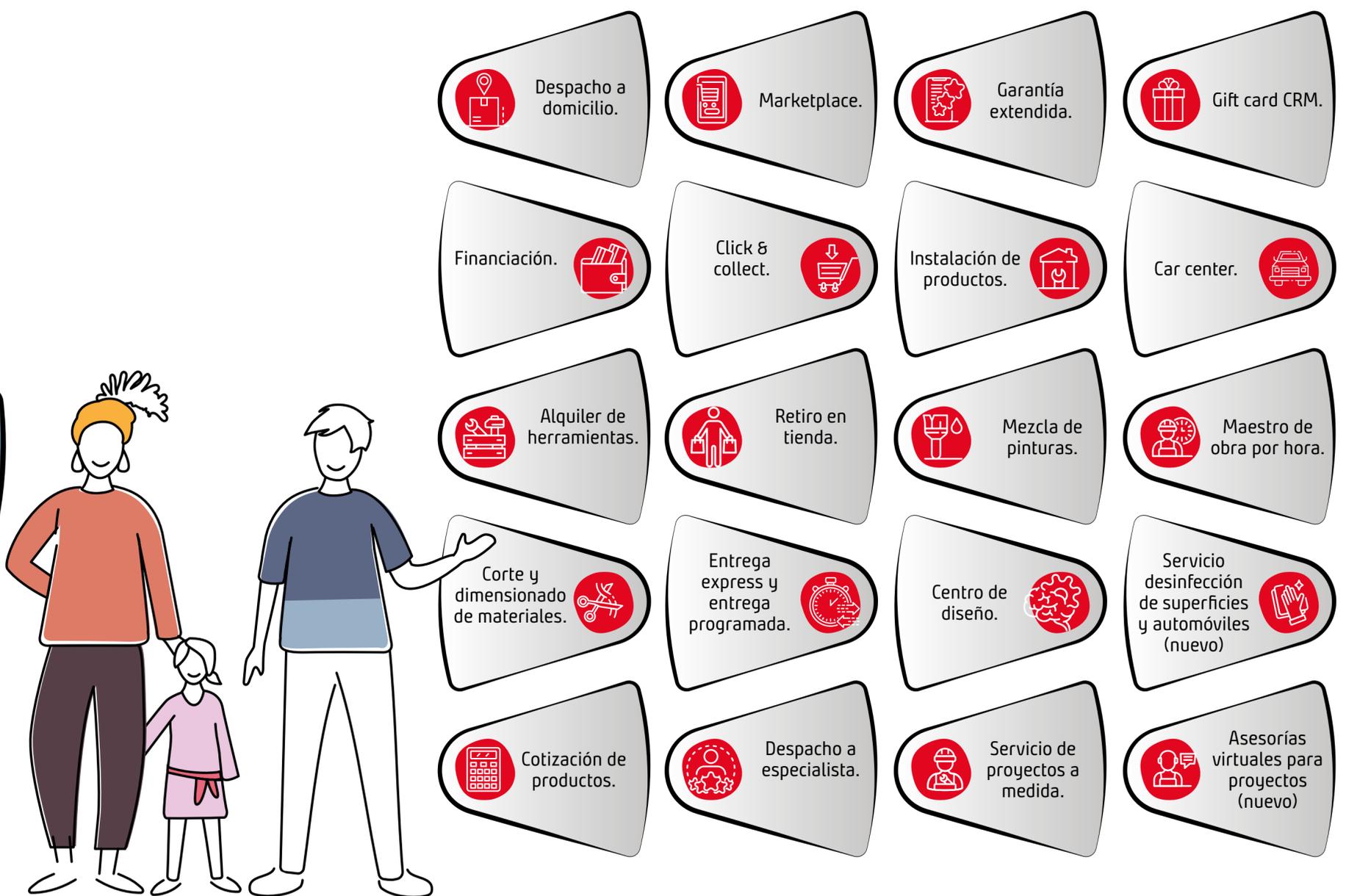
También desarrollamos el servicio de desinfección de superficies y automóviles como una opción para minimizar riesgos de contagio en ambientes habitados frecuentemente, con el objetivo de dar a nuestros clientes un servicio pensado para el cuidado de la salud.



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 lo anterior, ampliamos en el 2020 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 de nuestros clientes en medio de la coyuntura por Covid-19.



Car Center

Los Car Center son espacios que hemos diseñado para el cuidado y mantenimiento de los vehículos. Brindándole a nuestros clientes productos y servicios de alta calidad, con personal especializado y todas las especificaciones técnicas requeridas. Al cierre del 2020 contamos con 33 Car Centers a nivel nacional.



INSTALACIONES

- Impermeabilización.
- Almacenamiento de agua/tanques.
- Cerraduras.
- Citofonía.
- Aire acondicionado.
- Closets.
- Papel mural.
- Paisajismo.



INSTALACIONES LÍNEA ELECTRO-HOGAR

- Línea blanca.
- Electro gasodomésticos.
- Cerraduras.
- Soportes de TV.
- Sistemas de seguridad.
- Lavadoras.
- Visita técnica e instalación ozom.



INSTALACIONES MUEBLES Y DECORACIÓN

- Armado y fijación de muebles de hogar.
- Instalación de persianas.
- Mantenimiento de cortinas y persianas.
- Instalación de lámparas.



INSTALACIONES BAÑOS

- Muebles de baño.
- Porcelana sanitaria.
- Duchas.
- Espejos.
- Baños todo incluido.
- Visita asesorías.



INSTALACIONES CONSTRUCCIÓN

- Instalación drywall.
- Puertas.
- Ventanas.
- Visita para ejecución de acabados.



INSTALACIONES COCINAS

- Muebles de cocina.
- Calentadores.
- Cubiertas.
- Cocinas todo incluido.
- Visita asesorías.



INSTALACIONES AIRE LIBRE

- Armado asadores.
- Instalación de aleros.



INSTALACIONES PISOS Y PAREDES

- Instalación de pisos.
- Aplicación de pintura.



INSTALACIONES ASISTENCIA HOGAR

- Plomería.
- Electricidad.
- Cerrajería.
- Vidriería.



Alineación.



Instalación de baterías.



Mantenimiento de aire acondicionado.



Balanceo.



Instalación de plumillas.



Servicio de venta para carros "tu carro online".



Cambio de aceite.



Seguridad: revisión viajera.



Lavado y polichado con opción de desinfección para auto, moto y bicicleta.



Montaje de llantas.



Equipamiento y accesorios.



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, como el que se presentó por la coyuntura por el Covid-19.



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 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.

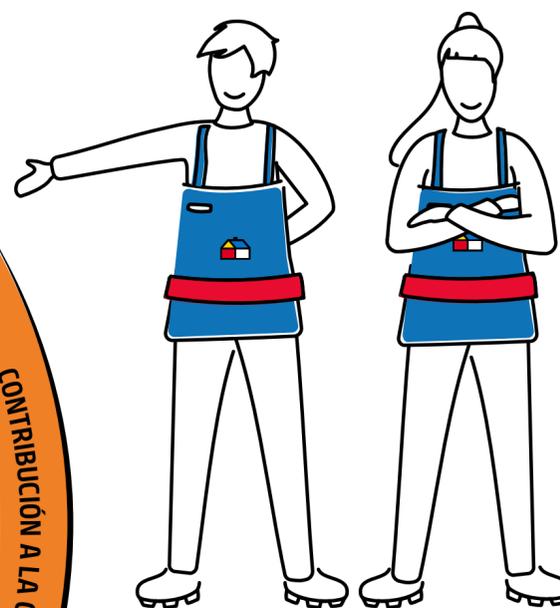
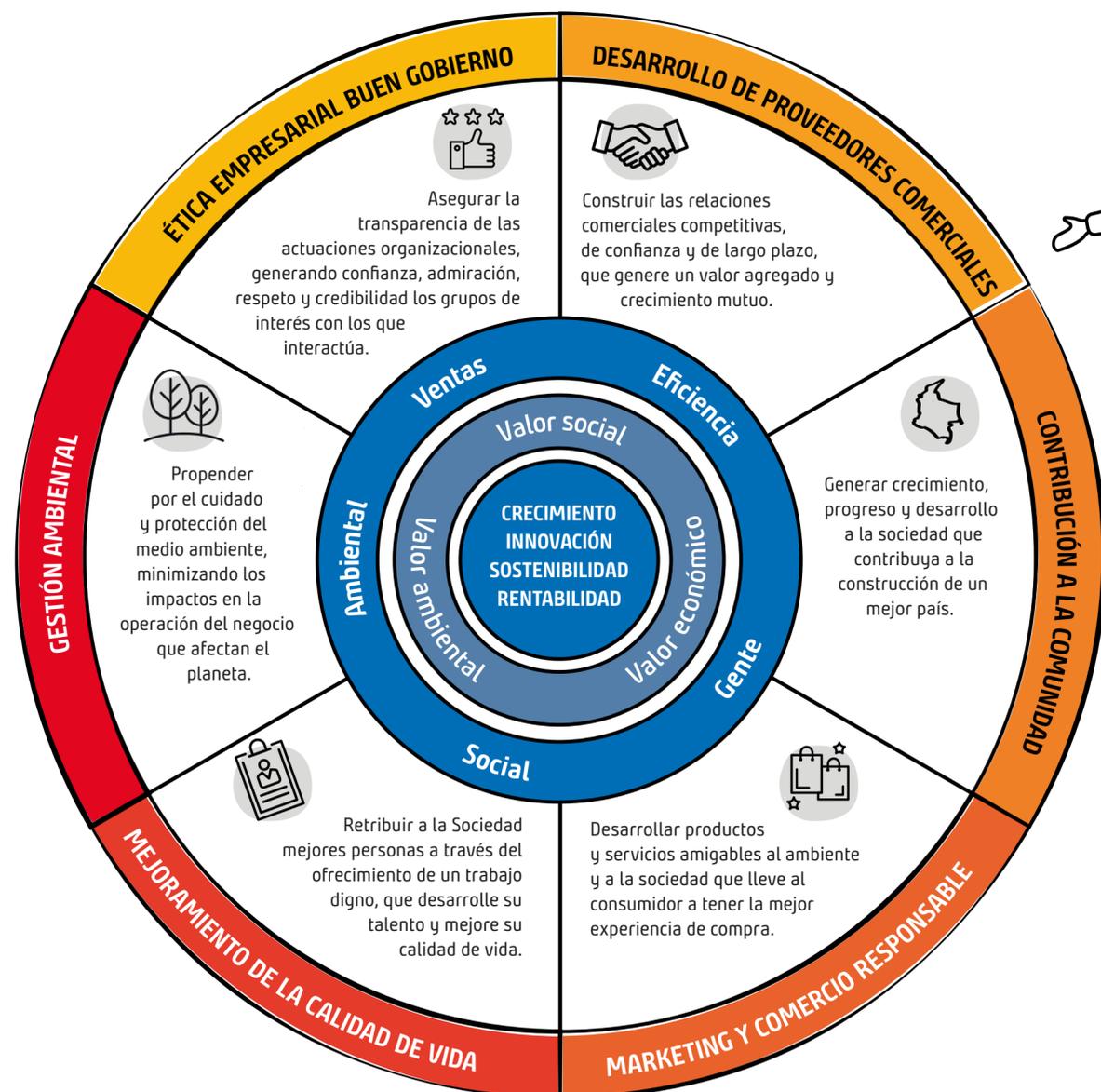
Contamos con un modelo de responsabilidad social, el cual está soportado en seis pilares, que nos permite responder a estas directrices, a nuestro compromiso como compañía y al impacto que generan nuestras actividades económicas, sociales y ambientales.

Alcance y elaboración de nuestro reporte de sostenibilidad

En este informe, se encuentran todas las actividades que realizamos durante el año 2020 para aportar de forma positiva a la construcción y el mejoramiento de los seis pilares de nuestro modelo de responsabilidad social, así como minimizar los impactos negativos que se puedan derivar de nuestra operación. En él, se refleja cómo ponemos en acción nuestro compromiso con la sostenibilidad. Esta octava versión presenta la gestión realizada entre el 1 enero de 2020 y el 31 de diciembre del 2020, en las ciudades en donde operamos como compañía.

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

Este reporte de sostenibilidad ha sido elaborado de conformidad con la opción esencial de los estándares GRI (Global Reporting Initiative) y verificado por Deloitte Aseores y Consultores Ltda., firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad.



Comité de Sostenibilidad

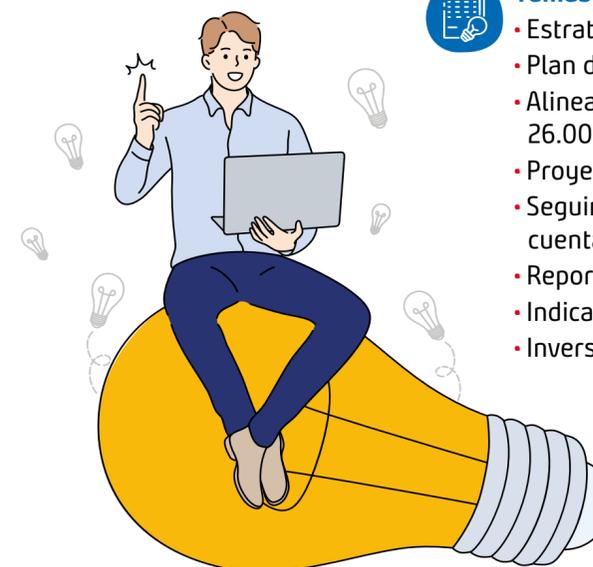
Para cumplir con nuestros objetivos, contamos con un comité de sostenibilidad, en el cual se trabaja para fortalecer las estrategias de sostenibilidad. El equipo está conformado por un grupo interdisciplinario, liderado por el Gerente General de nuestra Compañía. En él se analiza, desde las diferentes 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.

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



Responsables

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



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.



Reunión trimestral

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.

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.

GERENCIA DE PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

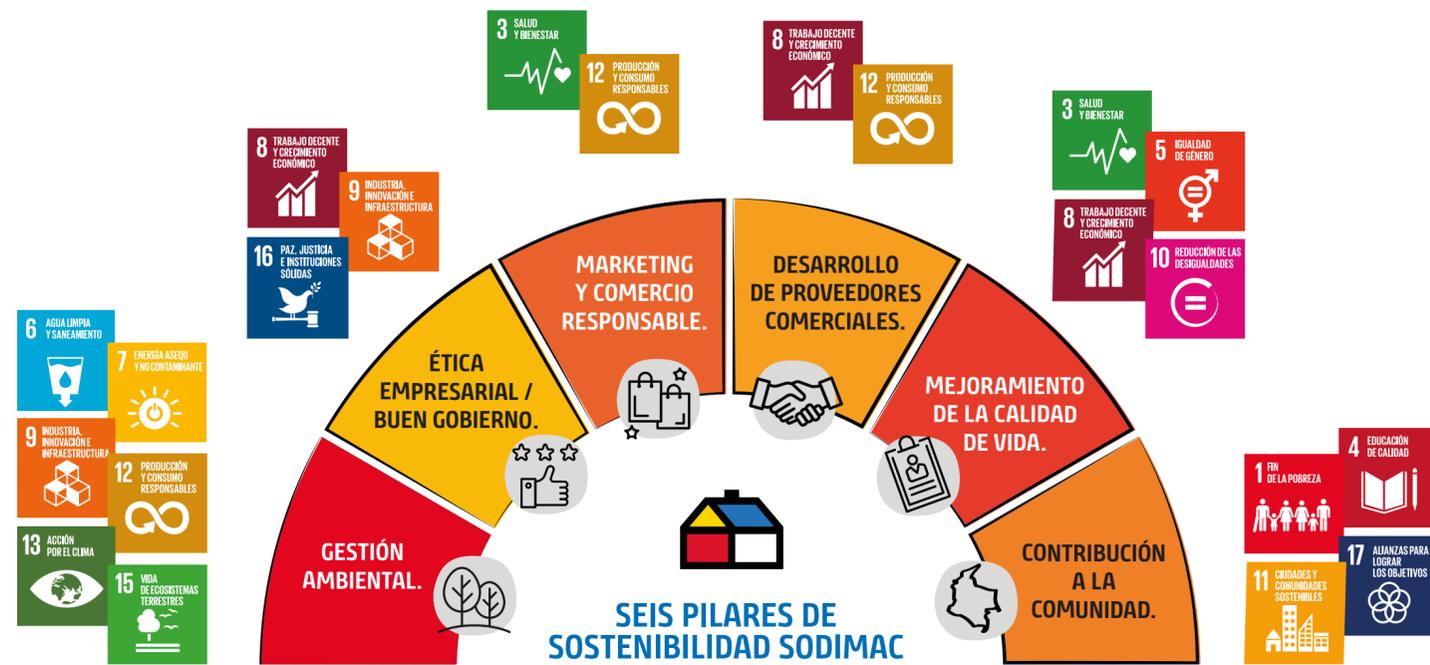
GERENCIA DE OPERACIONES*
 GERENCIA COMERCIAL*
 GERENCIA DE LOGÍSTICA*
 GERENCIA FINANCIERA*
 GERENCIA DE TECNOLOGÍA
 GERENCIA DE AUDITORÍA INTERNA
 GERENCIA PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN

- 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.



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 Naciones 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 y priorizamos cuatro objetivos esenciales para la operación de la compañía entre 18 metas propuestas. Para este 2020, en especial, incluimos el objetivo 3 (Salud y Bienestar), reflejando 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.

- 

3 SALUD Y BIENESTAR
Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- 

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
Debemos reflexionar sobre este progreso lento y desigual, y revisar nuestras políticas económicas y sociales destinadas a erradicar la pobreza.
- 

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES
Las inversiones en infraestructura son cruciales para lograr el desarrollo sostenible.
- 

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos.
- 

13 ACCIÓN POR EL CLIMA
El cambio climático es un reto global que no respeta las fronteras nacionales.

Los siguientes capítulos presentan en detalle la contribución de Sodimac a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo que incluye acciones e impactos que reflejan la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible en nuestra gestión económica, social y ambiental.

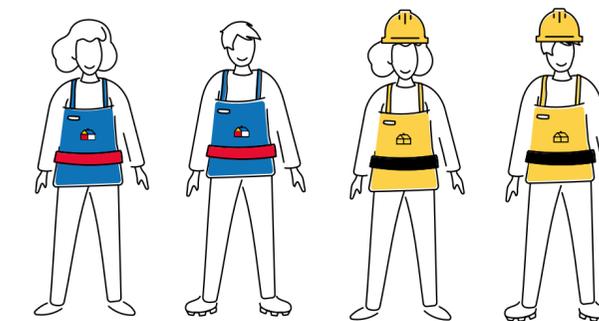
La contribución de las actividades de nuestra operación la definimos:

- 1 El entendimiento de los ODS**
- 2 La definición de prioridades**
- 3 El establecimiento de objetivos**
- 4 La integración**
- 5 El reporte y la comunicación**



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 de las diferentes áreas. A continuación, presentamos cómo los trabajamos al interior de la compañía.

ODS	DECLARACIÓN	PROGRAMAS/PROCESOS/HERRAMIENTAS
	<p>Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 Campañas de concientización a los colaboradores sobre el cuidado de la salud Actividades administrativas en modalidad remota
	<p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST) Comité Local de Seguridad y Salud en el Trabajo (COLOSST) Revisión de buenas prácticas sostenibles en proveedores de Asia (Factory Audit) Diálogo social - Sintra Sodimac (Sindicato de Trabajadores Sodimac) Escuela de Excelencia Sodimac Generación de empleo de calidad Programa de inclusión laboral Workplace de Facebook Programa de calidad de vida laboral Relaciones laborales 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 de Diversidad e Inclusión



Asuntos materiales, año 2020

ODS	DECLARACIÓN	PROGRAMAS/PROCESOS/HERRAMIENTAS
	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Ahorro y uso eficiente de la energía y el agua Ahorro de bolsas plásticas Monitoreo de la huella de carbono (Casa ECO) Nueva Estrategia de Responsabilidad Social: 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
	Garantizar modalidades de consumo y protección sostenibles	Ahorro y uso eficiente de la energía Ahorro de bolsas plásticas Auditorías y testeos de los productos Monitoreo de la huella de carbono (Casa ECO) 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
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	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

Materialidad

Anualmente, realizamos la identificación de asuntos que guían nuestra gestión de la sostenibilidad. Para ello, hacemos uso de la metodología Global Reporting Initiative (GRI) en su versión estándar. Específicamente en 2020, realizamos un diagnóstico a nivel corporativo para actualizar todos los temas materiales de nuestra gestión, basándonos en los resultados del año inmediatamente anterior, cambios

del sector retail, los requerimientos que han surgido por la pandemia del Covid-19 y los retos digitales para cada unidad de negocio, identificando oportunidades de mejora y buenas prácticas que podamos adoptar en el corto, mediano y largo plazo. A continuación, presentamos las etapas del proceso de actualización de la materialidad y la descripción de cada uno de los asuntos relevantes que estamos midiendo en el marco de la gestión de la sostenibilidad.

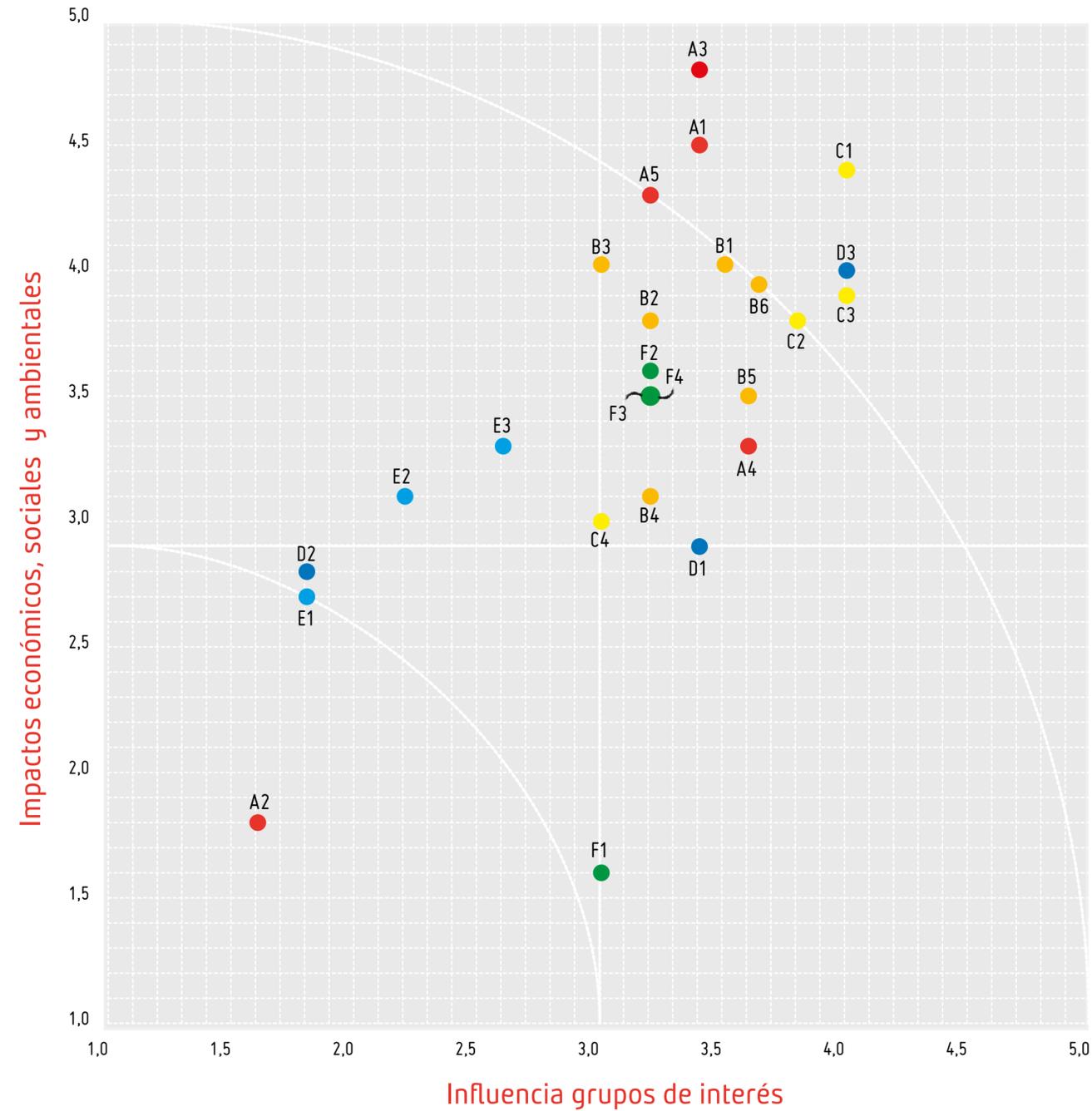
Etapas del proceso de actualización de materialidad



PILARES SODIMAC COLOMBIA	ÁMBITOS DESAGREGADOS	
A 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 Colaboradores	B1	Empleo y clima
	B2	Cultura
	B3	Diversidad e inclusión
	B4	Formación y desarrollo
	B5	Diálogo social
	B6	Salud y seguridad
C Marketing y comercio responsable	C1	Experiencia del cliente
	C2	Salud y seguridad de productos
	C3	Economía circular y consumo responsable
	C4	Ética publicitaria
D 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)
E Contribución a la comunidad	E1	Inversión social
	E2	Gestión del entorno
F 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.
- B** Colaboradores.
- C** Marketing y Comercio Responsable.
- D** Desarrollo de proveedores comerciales.
- E** Contribución a la comunidad.
- F** Medio ambiente.

Nuestros grupos de interés

Nuestro compromiso con la sostenibilidad trasciende significativamente. Buscamos construir y fortalecer vínculos sustentables en el tiempo soportados en la responsabilidad y la transparencia con los públicos relacionados 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.

El equipo de Gerencia y el Comité de Sostenibilidad identificaron 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.



FACULTATIVOS

Son grupos de interés que adquieren una alta posibilidad de impactar a la compañía, sin embargo, su nivel de influencia es bajo.



INFLUYENTES

Son grupos de interés que pueden fijar los términos de un acuerdo. Su influencia tiene alto impacto para la compañía.



INACTIVOS

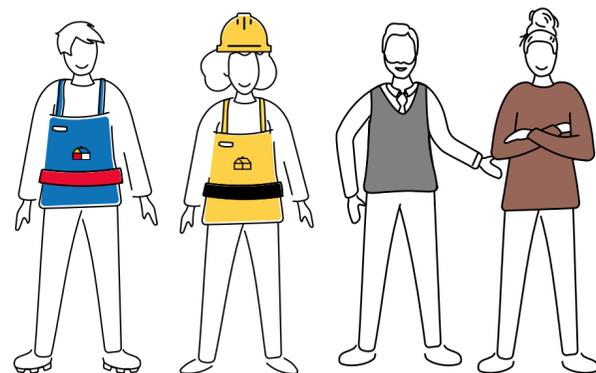
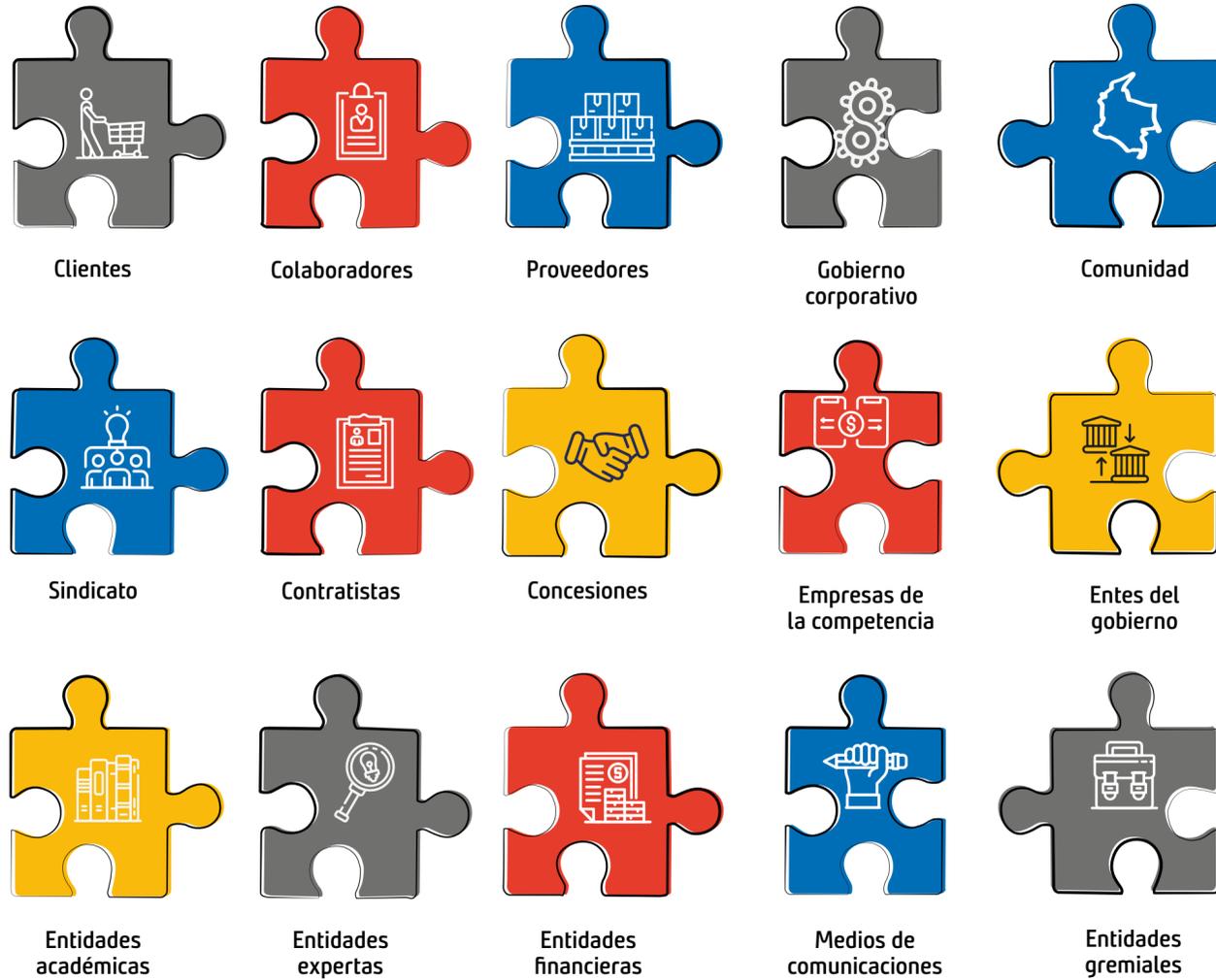
La carencia de acción en estos grupos de interés los condiciona a observadores. Poseen un bajo nivel de influencia e impacto.



VIGILANTES

Presentan alto nivel de influencia. Su movilidad dependerá del impacto que pueda tener su acción.

Nuestros grupos de interés son:



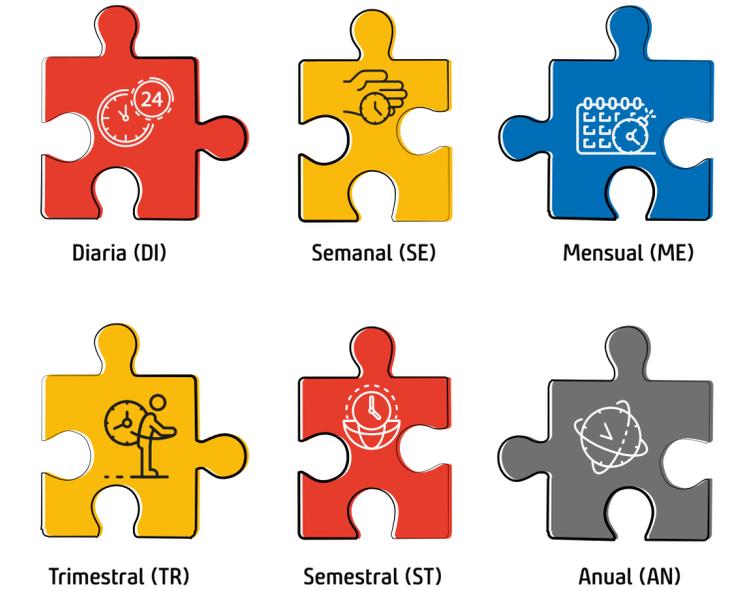
Mapa de relacionamiento

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. Los tipos de frecuencia pueden ser:





Tipo de frecuencia

- Diaria
- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual



CLIENTES

- Encuesta *Online* (programa 'Promotor').
- Llamadas personalizadas de verificación de la encuesta *online*.
- Página web.
- Centros de servicio al cliente ubicados en todas las tiendas.
- Buzón de sugerencias en tiendas y digital.
- Revistas y catálogos.
- Líneas telefónicas de atención a clientes.
- Redes sociales.



ENTIDADES ACADÉMICAS Y EXPERTAS

- Atención remota y directa con áreas específicas de la compañía.
- Página web.
- Redes sociales.



COLABORADORES Y SINDICATO

- Encuesta de clima organizacional.
- Workplace de Facebook.
- Emisora Sodimac al aire.
- Charlas con el Gerente.
- Comités de participación en tiendas.
- Comités de tienda y de áreas.
- Atención remota en las jefaturas de Gestión Humana de todas las tiendas.
- Atención remota y directa con el área de Relaciones Laborales.
- Escuela de Excelencia Sodimac.
- Inducciones y capacitaciones.
- Página web.
- Líneas éticas.
- Retroalimentación de la evaluación de desempeño y desarrollo.



COMUNIDAD

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



ENTIDADES GREMIALES

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



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Atención remota y directa con Gerencia y jefes de Mercadeo.
- Página web.
- Redes sociales.
- Gira de medios.
- Comunicados de prensa.



EMPRESAS DE LA COMPETENCIA

- Mesas de trabajo con entidades gremiales.
- Reuniones del sector *retail*.
- Página web.
- Redes sociales.
- Defensoría de la competencia.



GOBIERNO CORPORATIVO

- Junta Directiva.
- Informe anual de accionistas.
- Página web.
- Atención remota y directa de la Gerencia General y del equipo de gerencia (presencial, telefónica y vía correo electrónico).
- Reuniones ordinarias de Junta Directiva en las que participan accionistas.



ENTIDADES FINANCIERAS

- Página web.
- Redes sociales.
- Atención remota y directa con Tesorería.



ENTES DE GOBIERNO

- Página web.
- Auditorías e informes de gestión para los principales entes de control.
- Redes sociales.
- Atención remota y directa con la Gerencia jurídica.



PROVEEDORES, CONTRATISTAS Y CONCESIONES

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

Hitos de la Sostenibilidad

Index de Sostenibilidad Sodimac

Consideramos que la medición y evaluación constante son fundamentales para los avances de sostenibilidad de nuestra compañía. De esta manera, podemos evidenciar las buenas prácticas, nuestras oportunidades de mejora y tomar acciones para ser cada vez más sostenibles. Cada año, realizamos la medición de estos aspectos en 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 la realizamos basados en:

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

Tomando en cuenta los cambios presentados en el año 2020 derivados de la emergencia sanitaria por Covid-19, y conociendo los retos presentados para la adaptación a las nuevas dinámicas, este año no se realizó la evaluación de programas en la gestión de la sostenibilidad. Sin embar-

go, estos no dejaron de ser una prioridad en la definición de estrategias, y se siguieron gestionando estos asuntos, acogidos por el marco regulatorio y teniendo en cuenta la salud y bienestar de nuestros grupos de interés.

Para el año 2021 esperamos continuar trabajando en los asuntos pendientes del año 2020, y así lograr obtener un puntaje de 88% en la medición anual. Además, queremos retomar los proyectos que tuvieron que ser suspendidos, por darle prioridad al manejo de la pandemia, en términos de presupuesto, disponibilidad del personal, entre otros.

Plan de sostenibilidad

En el 2020, seguimos trabajando para cerrar las brechas identificadas en la evaluación estratégica realizada durante el año 2019 (evaluación que fue realizada en los países donde Sodimac tiene operación). Este año logramos un cumplimiento total del 88,65%, resultado que se obtiene debido a ajustes, derivados de la pandemia, en priorización de los destinos presupuestales, personal disponible y el uso de instalaciones. Tuvimos algunos proyectos que se tuvieron que detener, pero que esperamos retomar en el 2021 para continuar trabajando para cerrar las brechas y alcanzar mejores resultados en sostenibilidad.



Sistema de Gestión de Riesgos 2020

Además de seguir comprometidos con un negocio sostenible, responsable y transparente, durante el 2020 adaptamos la gestión integral de riesgos rápidamente al cambio. Desde enero identificamos escenarios de riesgos que apalancaban la estrategia y en marzo, a raíz de la pandemia, hicimos una reevaluación de los riesgos, definimos nuevos escenarios y ajustamos los planes de acción para mitigar el impacto del Covid-19 dentro de la compañía.

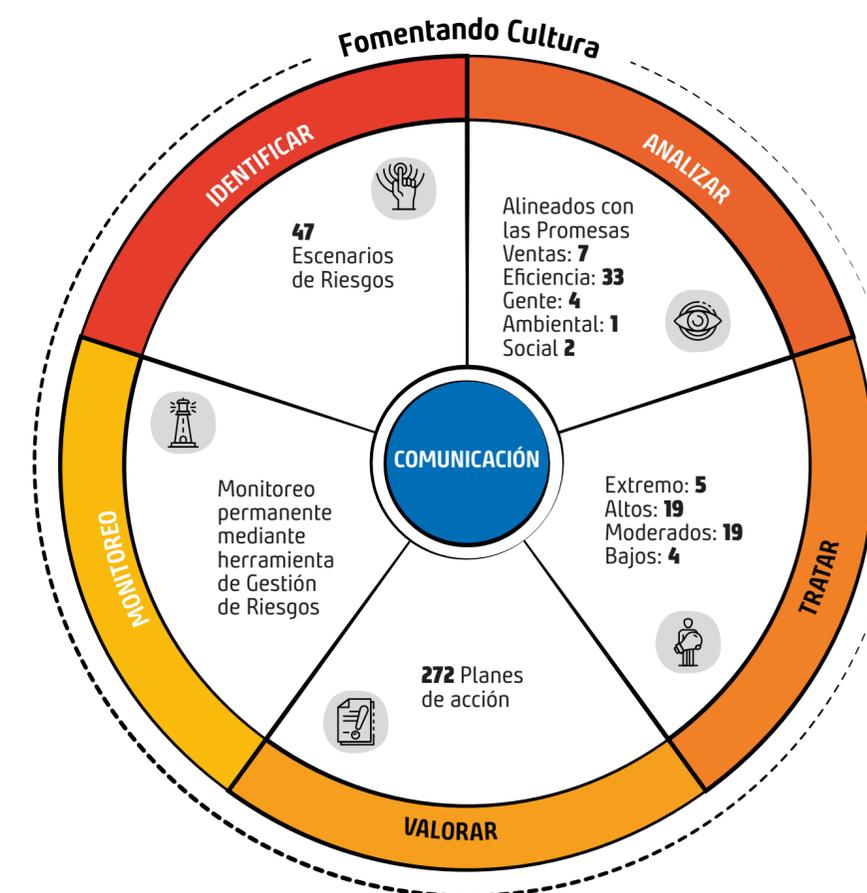
En primer lugar, priorizamos nuestros esfuerzos en el cumplimiento de los protocolos y la normatividad a nivel nacional a raíz del Covid-19 enfocándonos, desde las diferentes áreas, en asegurar el cumplimiento de las medidas de bioseguridad por parte de los colaboradores, proveedores y clientes para poder mantener la operación abierta.

En segundo lugar, identificamos las principales categorías que afectan la continuidad del negocio y con comités de apoyo, desarrollamos acciones a corto y mediano plazo para

corregir las desviaciones de los escenarios cambiantes. Adicionalmente, con la herramienta de gestión de riesgos, monitoreamos permanentemente el cumplimiento de los planes de acción, realizamos reportes mensualmente al Comité de Riesgos y Cumplimiento, así como trimestralmente al Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta y a la Junta Directiva.

En tercer lugar, actualizamos las Matrices de Riesgos de Derechos Humanos, Abastecimiento Internacional de la OEA, Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, Anticorrupción y Soborno, cumpliendo con la normatividad actual.

Por último, reforzamos la cultura preventiva en la seguridad, salud y bienestar para todos los colaboradores, el autocontrol en todas las áreas para robustecer los controles en sus procesos, evaluar el cumplimiento de sus objetivos, identificar desviaciones y reportar a la Gerencia de Riesgos para aplicar acciones correctivas inmediatas.

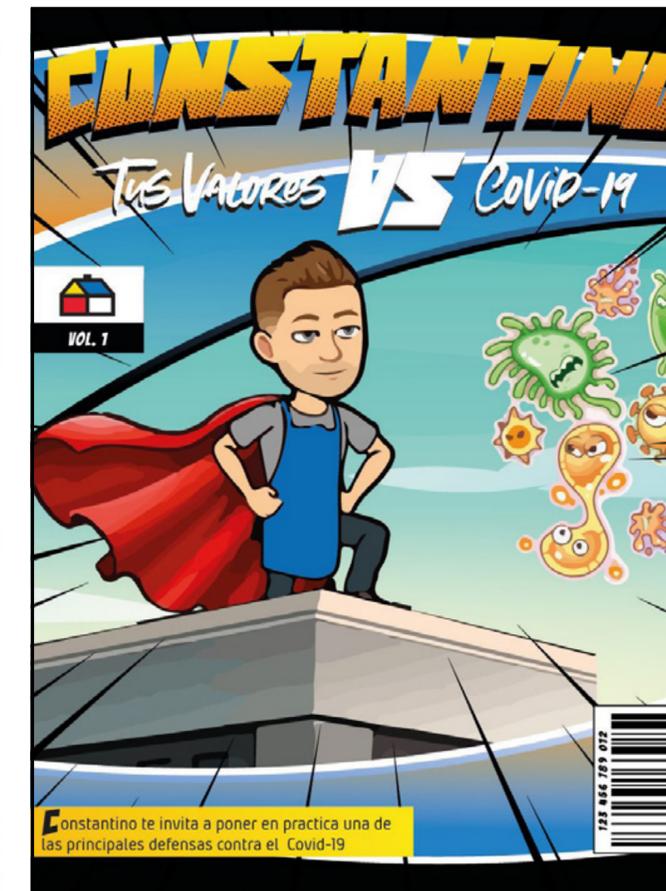


En cuanto al Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, nos abstendremos de negociar con personas vinculadas en estas conductas, reportando las operaciones sospechosas originadas en el monitoreo de las señales de alerta con los clientes, proveedores y colaboradores. Cumpliendo la normatividad vigente, el Oficial de Cumplimiento presentó trimestralmente al Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva el informe sobre la gestión realizada y transmitió oportunamente los reportes normativos a la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF). Además, capacitamos a los nuevos colaboradores y al grupo objetivo relacionado con procesos críticos.

Para garantizar el conocimiento de nuestro programa de ética empresarial y la lucha contra la corrupción y soborno, durante el año realizamos tres campañas para colaboradores por medio de Constantino (personaje a través del cual los colaboradores pueden recordar cómo actuar en línea con las políticas de la empresa en temas de ética). La primera campaña, fomentó los valores de Responsabilidad, Solidaridad, Paciencia y Disciplina.

La segunda campaña, reforzó la importancia de la confidencialidad de la información de los datos personales, la tercera, fue sobre el cumplimiento de la Política de Regalos.

Finalmente, cumpliendo con nuestro plan de acción en riesgos, enviamos un comunicado a todos los proveedores y contratistas para afianzar la responsabilidad con el uso de los elementos de protección, la excelencia en las entregas de productos limpios a nuestros clientes y el respeto a la normatividad nacional; además de reportar cualquier comportamiento que no esté alineado a nuestros valores, por medio del canal de denuncias, publicado en nuestra página web.



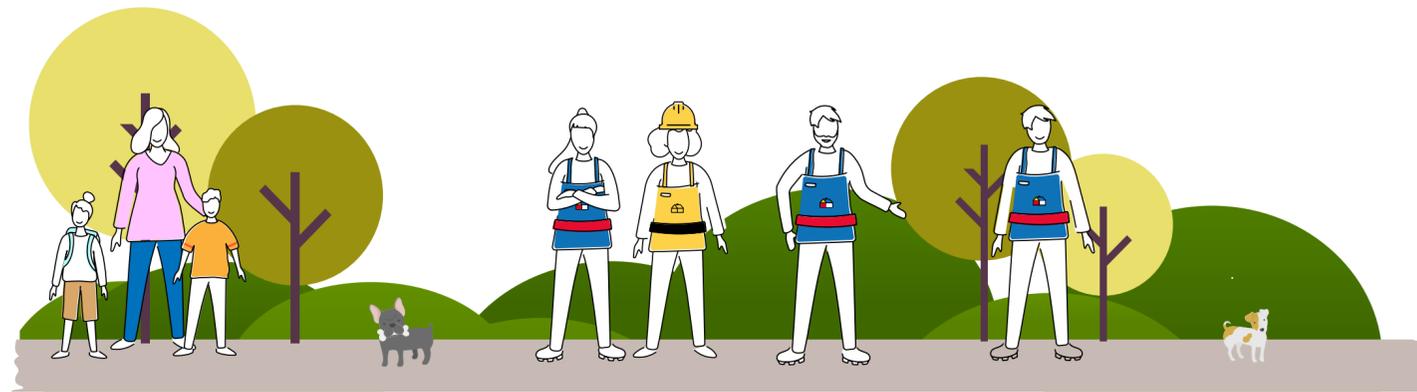
Gestión de impactos en nuestra operación

En línea con nuestro compromiso hacia todos nuestros grupos de interés, realizamos un análisis económico, social y ambiental de nuestra operación, para poder identificar los impactos positivos y negativos que generamos y de esta manera, poder gestionarlos adecuadamente. Buscando in-

novar en nuestros procesos y adaptándonos a las circunstancias del momento, realizamos un ejercicio de identificación, priorización, valoración y evaluación que está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los asuntos más relevantes de nuestra en gestión en sostenibilidad.

OBJETIVO	DECLARACIÓN	ASUNTO MATERIAL	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
 Objetivo 1 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.
 Objetivo 3 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.
 Objetivo 4 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.
 Objetivo 5 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.
 Objetivo 6 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.
 Objetivo 7 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)	
 Objetivo 8 Trabajo decente y crecimiento económico	Promover el crecimiento económico sostenible, 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.
 Objetivo 9 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).
 Objetivo 10 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. >Desarrollo e implementación del formato: Inspiradamente Sodimac.	



OBJETIVO	DECLARACIÓN	ASUNTO MATERIAL	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
	Objetivo 11 Ciudades y comunidades sostenibles	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	E1 Inversión social >Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones.
			E3 Impacto en la comunidad local >Afectación al ambiente en comunidades. >Uso indiscriminado de recursos en comunidades. >Consumo energético.
			F1 Agua >Tiendas con certificaciones ambientales. >Programas de reducción de consumo de agua.
			F3 Eficiencia energética >Cubiertas con paneles de energía solar en tienda de Mosquera. >Implementación de eficiencia energética en Tunja. >Programa de eficiencia energética.
			F4 Productos sostenibles (casa ECO - consumo responsable) > 27 tiendas certificadas por ISO14001 gestión ambiental. >Posconsumo: llantas, pilas, baterías, luminarias.
			F6 Gestión de residuos >Ciclo de vida de productos – economía circular.
			F7 Construcciones sostenibles >Diseño de tiendas que cumplan con los criterios de sostenibilidad.
C1 Experiencia de compra (satisfacción del cliente, canales de atención y reclamos) >Comunicación de buenas prácticas de consumo responsable (piezas, campañas, etc.).			
C2 Ética publicitaria / Marketing responsable >Protección de datos de los clientes. >Manejo de quejas y reclamos. >Adopción de buenas prácticas en marketing responsable y ética publicitaria.			
D4 Calidad de productos y servicios (ciclo de vida del producto) >Aseguramiento de la duración y la calidad de los productos.			
F1 Agua >Programas de reducción y óptimo uso del recurso hídrico.			
F3 Eficiencia energética >Programas para la reducción del consumo energético. >Compras por internet (e-commerce).			
F4 Productos sostenibles (casa eco - consumo responsable) >Ventas de productos amigables con el medio ambiente.			
F5 Ciclo de vida del producto (embalaje) >Reducción del embalaje.			
F6 Gestión de residuos (reciclaje, posconsumo) >Programa posconsumo. >Venta de productos verdes y con menor impacto ambiental.			
F8 Compras verdes			

OBJETIVO	DECLARACIÓN	ASUNTO MATERIAL	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
	Objetivo 13 Acción por el clima	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	F2 Huella de carbono (Emisiones GEI) >Impacto ambiental del transporte. >Reducción y mitigación de la huella de carbono. >Contaminación por emisión de gases.
			F3 Eficiencia energética >Reducción de emisiones de gases en el transporte de productos.
			F4 Productos sostenibles (casa ECO - consumo responsable) >Ventas de productos amigables con el medio ambiente.
			F7 Construcciones sostenibles >Implementación de energías alternativas en centros de trabajo (cambios en tecnología, transformadores, etc.). > Consumo energético.
			F9 Transporte y logística >Reducción de emisiones de gases en el transporte de productos. >Cumplimiento normas asociadas al transporte de carga.
A1 Lineamientos estratégicos y gestión de sostenibilidad >Protección de datos de los clientes. >Transparencia en la información y comunicaciones. >Utilización de herramientas tecnológicas como relacionamiento con clientes y para compras (Apps).			
	Objetivo 16 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.	A2 Política pública >Hackeos en página o sistemas.
			A3 Ética y anticorrupción >Cumplimiento de compromisos con los proveedores y trabajadores.
			A4 Derechos Humanos >Transparencia financiera.
			A5 Rendición de cuentas y Transparencia >Cumplimiento de requisitos legales y financieros.
			A6 Gestión de Riesgos para la sostenibilidad >Pago de impuestos para desarrollo del país >Atención de solicitudes en temas éticos.
			A7 Relación con grupos de interés >Fortalecimiento de la cultura y principios de sostenibilidad.
			A8 Regulación - Cumplimiento normativo >Cumplimiento de la regulación vigente.
			E1 Inversión social >Afectación a comunidades. >Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía. >Aliados sociales para la ejecución de la estrategia de responsabilidad social, enfocada en el mejoramiento del hábitat.
	Objetivo 17 Alianzas para los objetivos	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.	

Cadena de suministro Sodimac





Respetamos los Derechos Humanos

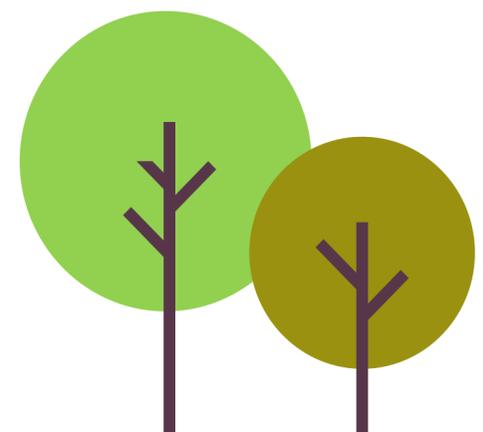
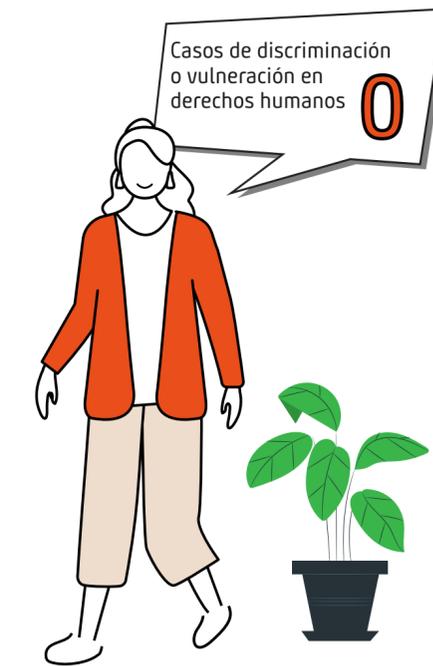
Nuestra compañía respeta, cumple y promueve los derechos humanos en cada una de las actividades realizadas y transmite esta cultura a toda la cadena de valor. Nuestra línea de trabajo está en el marco de las normas y principios consagrados en la Constitución Política de Colombia, así como a la Declaración 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 DDHH. Sodimac es vigía del cumplimiento de los mecanismos para atender y resolver las faltas a los derechos humanos.

Revisando que dichos mecanismos sean legítimos, 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 el 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.

Proceso de debida diligencia

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 ope-

ración. 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.



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 2020 destacamos el mejoramiento de los canales virtuales y la continuidad del uso de los presenciales, con las medidas de bioseguridad necesarias:



Comité de ética



Página Web



Línea ética para colaboradores (correo electrónico y teléfono)



Línea de atención a proveedores (correo electrónico y teléfono)



Recepción de quejas y reclamos por parte de los centros de servicio para atención al cliente.



Programa promotor (Net Promoter Score)



Comunicaciones directas a la Gerencia General o a las demás gerencias.



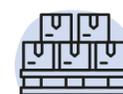
Conversatorios con los colaboradores por centro de trabajo.



Redes sociales (YouTube, Instagram, Facebook y Twitter)

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:



PROVEEDORES

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



CLIENTES

- No discriminación.
- PQR.
- Satisfacción del cliente.
- Seguridad informática.
- Protección de datos.



TRANSVERSALES

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



COLABORADORES

- 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.



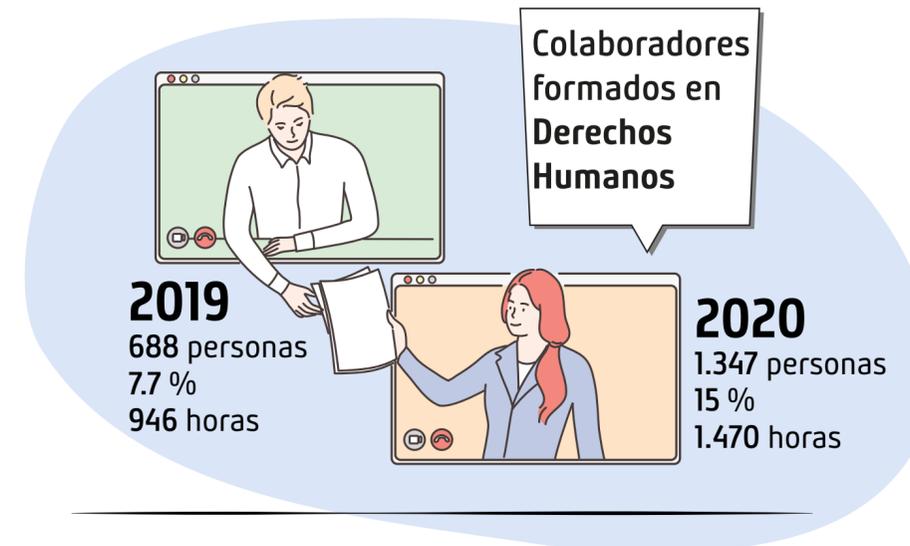
Además, contamos con una matriz de derechos humanos, por medio de la cual establecemos los derechos fundamentales de nuestros grupos de interés y los responsables por velar por el cumplimiento de estos. Tomando en cuenta el aumento en compras electrónicas, es importante resaltar que tomamos en cuenta, especialmente para los clientes, el respeto a la privacidad de sus datos y la prevención de ciberataques.

GRUPO DE INTERÉS	DDHH ASOCIADOS	RESPONSABLES
 Accionistas	Libertad de opinión y expresión.	Gerencia General
 Clientes	No discriminación.	Jurídica.
	Servicio post venta.	Experiencia de compra.
	Canales de reclamación.	Experiencia de compra
	Seguridad y salud en clientes.	Calidad y Seguridad y Salud en el Trabajo.
	Ética publicitaria.	Mercadeo y Jurídica.
 Colaboradores	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).	
	Derecho a la negociación colectiva.	
Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio.		
Libertad de pensamiento /opinión / expresión.		
 Entidades del Gobierno	Derecho a participar en asuntos públicos.	Jurídica.
	 Comunidades	Derecho a la vivienda.
Derecho a un nivel de vida adecuado.		
Derecho a la propiedad.		
Derecho a la vida privada.		
 Medio Ambiente	Derecho a la educación.	Gerencia de 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.	
 Proveedores y Contratistas	Contaminación, temas de incumplimientos.	Riesgos y cumplimiento.
	Ley de empaques.	
	Prohibición mano de obra infantil.	
	No discriminación.	Compras.
	Condiciones de trabajo favorables.	Compras.
	Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio.	Compras.
Proveedores y Contratistas	Reclamaciones.	Jurídica.
	Pagos.	
	Incumplimiento de contratos.	

Capacitación a colaboradores en derechos humanos

Al igual que en años anteriores, en el 2020 realizamos sesiones de capacitación virtual a nuestros colaboradores en materia de derechos humanos. A través de esta, dimos a conocer nuestra política y cómo cada una de las per-

sonas 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.



Además, a través de ambiente de trabajo colaborativo y digital, Workplace de Facebook, promovimos el conocimiento de las sesiones de capacitación y de temas relacionados con derechos humanos. Con esto, estamos buscando sensibilizar e inculcar en nuestros colaboradores el respeto por los derechos humanos.



Diversidad, equidad e inclusión

En Sodimac buscamos que nuestras acciones estén alineadas a nuestra política de diversidad, equidad e inclusión. Dicha política, nos ha permitido establecer un marco de acción integral que garantiza el respeto por los derechos de todas las personas de la compañía.

También, definir el aporte que quiere entregar nuestra compañía, en cuanto a la construcción de una sociedad más justa, incluyente y con igualdad de oportunidades se refiere. Reconociendo 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.

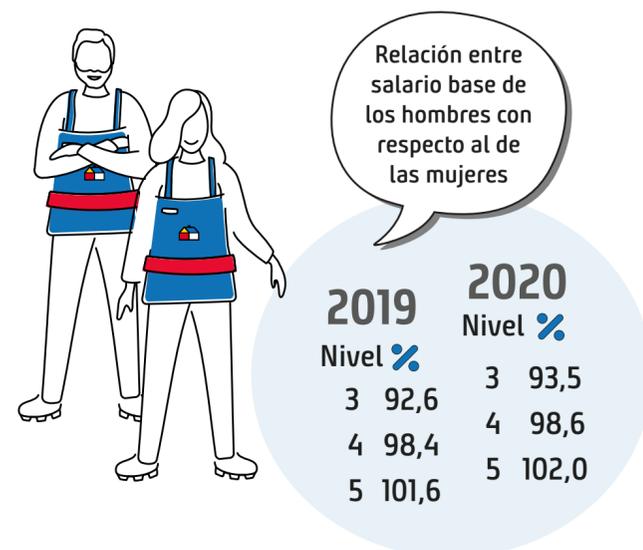
Adicionalmente, enfatizamos en la transversalidad de este lineamiento con respecto a todos los procesos de nuestra compañía. Siendo el foco, el marco de actuación para los siguientes temas:

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

A continuación, presentaremos aquellas acciones de la compañía que hemos desarrollado en 2020 para cumplir con el compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión.

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.



Nuestro plan de acción en diversidad, equidad e inclusión

Las consecuencias de la pandemia generadas por el Covid-19, especialmente el aislamiento obligatorio, hicieron que las cifras de violencia intrafamiliar aumentaran, las brechas de equidad de género crecieran y que las personas no pudieran expresarse libremente. Tomando en cuenta que en Sodimac somos el segundo hogar de nuestros colaboradores, quisimos que, a pesar del tiempo extendido en sus casas, se siguiera promoviendo el respeto por las diferencias. Por eso, 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 nuestros colaboradores, 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 colaboradores, 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.

Campañas y programas de capacitación en diversidad, equidad e inclusión



- 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 LGTBIQ+, el día de la discapacidad, entre otros.
- Espacios de concientización a las y los colaboradores en temas como: violencia de género, diversidad sexual y de género, diversidad cultural y empoderamiento femenino.
- Espacios de capacitación para evitar la discriminación y la violencia contra la mujer.
- Espacios en los que las personas pertenecientes a la comunidad LGTBIQ+ se expresen libremente.



Orgullo Sodimac

En septiembre del 2020, a través de nuestro ambiente de trabajo digital y colaborativo Workplace de Facebook, creamos un grupo llamado “Orgullo Sodimac”. Este es un espacio a través del cual las y los colaboradores se pueden expresar libremente, independientemente de que sigan en sus propias casas. En él, publicamos charlas, beneficios de la compañía e información de interés para las personas que les interesen temas sobre la comunidad LGBTQI+. Al cierre del año, este espacio contó con la participación de 70 personas como miembros del grupo.

Inspiradamente Sodimac

Desde el 2019 buscamos crear un evento de inspiración, co-creación e innovación que nos permitiera traer nuevas ideas para el desarrollo del negocio y de las personas que lo componen. Este espacio lo llamamos “Inspiradamente Sodimac”. En 2020, realizamos la segunda versión en formato virtual para aumentar el impacto de este espacio y poder llegar a diferentes grupos de interés. La temática del año estuvo relacionada con la reinención en tiempo difíciles, por la coyuntura del Covid-19, llamada: “Visiones innovadoras para transformar el presente y construir el futuro”. En esta oportunidad contamos con más de 200 asistentes, diferentes paneles con personas y entidades

que han sido ejemplo de casos exitosos. Entre ellos, contamos con organizaciones como: Vaki, Tpage, Fundación Catalina Muñoz, Arturo Calle, Rebold, La Beltrana, Ecobot, Comunidad F y Fundación BiblioSEO. Gracias a su experiencia y conocimiento, desarrollamos los siguientes temas:

- Modelos colaborativos para construir país.
- Económica circular en tiempos de reinención.
- El valor y la construcción de la reputación en tiempos de crisis.
- Construyendo nuevas comunidades.

En 2021, esperamos continuar desarrollando este formato con ideas frescas, motivadoras, el cual nos permita trabajar en conjunto con personas de diferentes sectores para potencializar las organizaciones y las personas que participan en él.



Campaña: “Tu Casa Libre de Estereotipos”

Nuestros colaboradores identifican a Sodimac como su casa. Por esta razón, creamos una campaña para hacer visible, el hecho de que nuestra compañía es esa casa que acoge a todas las personas, sin ningún estereotipo. En esta campaña, buscamos comunicar de manera permanente nuestro compromiso con las acciones socialmente responsables, en este caso, el respeto por la inclusión, conmemorando el día internacional de la comunidad LGBTQI+.

El impacto que generó la campaña fue muy positivo, ya que logramos extender nuestro compromiso por la eliminación de estereotipos a todo el país. Así como, fomentar un ambiente de respeto y armonía en los hogares colombianos, en tiempos de aislamiento obligatorio. Esperamos continuar desarrollando este tipo de iniciativas en 2021, las cuales promuevan la diversidad, la equidad y la inclusión.

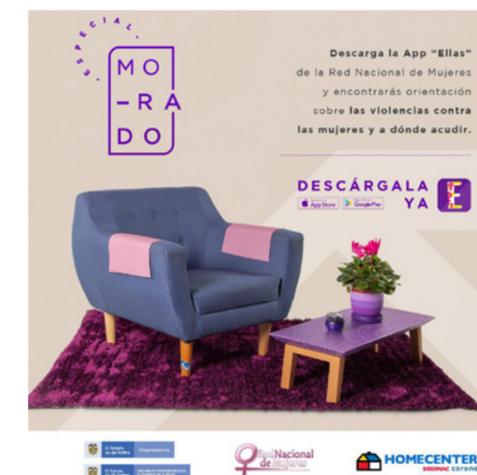
Mujeres en el sector de la construcción

En la misma ruta por eliminar los estereotipos, generamos una alianza con la organización Red Nacional de Mujeres y Consejería para la Equidad de las Mujeres de la Presidencia de La República para realizar campañas que permitan promover el respeto por las diferencias, la equidad de género en el hogar y en el sector de la construcción. A través de esto, esperamos acercar nuestras marcas e implementar acciones de comunicación de impacto social en inclusión y equidad, que nos permitan ser una marca activa y movilizadora, para crear consciencia sobre la importancia sobre la equidad de género y el impacto de las expresiones de violencia de género. Además, pretendemos demostrar que en el sector de la construcción las mujeres también se pueden convertir en líderes. En el marco de esta estrategia desarrollamos charlas en espacios como, La Gran Feria de la Capacitación. Un espacio para especialistas de la construcción, en el que hemos evidenciado las brechas que existen en el sector y los caminos para fomentar la equidad. A nivel interno también desarrollamos charlas de concientización para el personal de Sodimac y espacios para destacar a esas mujeres que trabajan en Patio Constructor y que están dejando una huella positiva en un sector tradicionalmente de solo hombres.



Campaña: “El Morado en Tu Casa y No En Tu Piel”

Viendo el incremento en las cifras de violencia de género, aprovechamos el mes de noviembre, en el cual se celebra el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer para realizar campañas de alto impacto, que aportaran a este objetivo. Tuvimos una acción de comunicación impulsada por Sodimac y su marca Homecenter, con el objetivo de informar y desnaturalizar cualquier acción de violencia contra la mujer. Dentro de la alianza entre Sodimac y la Red Nacional de Mujeres, quisimos lanzar un mensaje a través de medios propios y medios digitales, con el cual, promovemos la sensibilización, damos información de valor y mecanismos para acudir en caso que se presente un hecho de violencia. En especial, hicimos un llamado a la comunidad para hacer uso de la herramienta ELLAS, una aplicación móvil para acudir en estos casos. Para el próximo año, esperamos continuar desarrollando acciones que disminuyan las cifras de violencia de género, promuevan la equidad y el valor de la mujer en la sociedad.



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. Y hemos efectuado las divulgaciones correspondientes.

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.

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 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 este campo de acción, en el sector retail y en gestión de riesgos, aspectos que agrega valor a nuestra gestión.

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

ello, la Junta Directiva es la encargada de autoevaluarse anualmente en desempeño y gestión.

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.

Las consecuencias 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 y/o revisar el propósito central, la visión, los valores y los objetivos de corto y largo plazo de la compañía.

Posterior a ello, analizar los resultados e 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 inspeccionar del ejercicio de la alta gerencia. Este comité cuenta con dos miembros.
- 2. Comité de Gobierno Corporativo:** su misión es velar por el conocimiento oportuno de la información pública de la compañía por parte de 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. A su vez, verifica los estados financieros, revisar el desempeño del Sistema de Gestión Ética Empresarial, incluidos los casos recibidos por la línea ética. Cinco miembros componen el comité.

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



MIEMBROS PRINCIPALES

1. Roberto Junguito Pombo
2. Álvaro Andrés Echavarría Olano
3. José Eugenio Muñoz Menendez
4. Gastón Botazzini
5. Alejandro Arze Safian

MIEMBROS SUPLENTE

1. Daniel Echavarría Arango
2. Julio Manuel Ayerbe Muñoz
3. Rodrigo Fajardo Zilleruelo
4. Rodrigo Andrés Sabugal Armijo

Selección y Remuneración

La Asamblea General de Accionistas es el órgano que escoge los miembros de la Junta Directiva durante periodos de un año y 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 los siguientes requisitos, trayectoria profesional, formación académica y experiencia a nivel nacional e internacional.

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.

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.



JUNTA DIRECTIVA

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



9 hombres



0 mujeres



5 extranjeros



4 nacionales

EQUIPO DE GERENCIA



7 hombres



1 mujeres



3 extranjeros



5 nacionales

Comité de convivencia: Órgano conformado por diversos representantes de la compañía y colaboradores elegidos democráticamente. Éste busca prevenir el acoso laboral y proteger a los empleados 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 colaboradores mediante el siguiente correo electrónico: comitedeconvivencia@homecenter.co



*Hay dos quejas indeterminadas pues una fue anónima y otra realizada por un grupo de trabajadores.

Para velar por el buen actuar de los accionistas, directores, administradores y altos funcionarios, 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, administradores o altos funcionarios; la identificación de posibles riesgos a nivel económico; 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, actualizamos nuestro código de ética e incluimos tópicos que rigen actividades de lobby y transparencia; así como acciones de donación y patrocinio como prácticas de anticorrupción.

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 colaborador. 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 68 casos en 2020 (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.

Número total de infracciones
68



Infracciones en temas éticos y medidas adoptadas 2020

FALTAS	2020	MEDIDAS ADOPTADAS
Suministrar información no veraz	7	Acta de compromiso.
	1	Llamado de atención.
	4	Terminación de contrato con justa causa.
Conducta no adecuada: temas éticos	4	Acta de compromiso.
	5	Llamado de atención.
	2	No se aplicó medida por renuncia.
	2	No se aplicó medida por renuncia.
	2	Terminación de contrato con justa causa.
	3	Suspensión.
Incumplir procedimientos de mala fe	1	Acta de compromiso.
	2	Terminación de contrato con justa causa.
	1	Suspensión.
Recibir propinas de clientes	2	Terminación de contrato con justa causa.
	2	Suspensión.
Retirar mercancía sin soporte valido de pago	7	Terminación de contrato con justa causa.
Ocultar mercancía	7	Acta de compromiso.
	2	Suspensión.
Recibir dadas transportadores	1	Llamado de atención.
Realizar u ofrecer instalaciones no autorizadas	1	Llamado de atención.
Hacer mal uso del descuento de empleado	3	Llamado de atención.
	1	Sanción.
	1	Terminación de contrato con justa causa.
No reporte oportuno de conflicto de interés	3	Acta de compromiso.
Recibir dádivas de proveedores	1	Suspensión.
Retirar mercancía en beneficio de terceros	1	Sanción.
Retiro bienes de compañeros en labor	2	Terminación de contrato con justa causa.
NÚMERO TOTAL DE INFRACCIONES	68	

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

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

Durante el 2020 se presentaron 65 casos, el 45% corresponde a retrasos en pagos, el 15% a solicitudes de información tributaria y un 12% a novedades de facturación. A todos los casos se ha dado respuesta dentro los tiempos establecidos y todos fueron cerrados a buen término entre las partes.



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 clientes, proveedores, competidores y/o contratistas, pueden comunicar sus reclamaciones a la cuenta de correo: 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.

Es más, 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 co-

rreos electrónicos que se escriben a continuación: lineaeticayanticorruccion@corona.com.co lineaeticayanticorruccion@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 asegurar la no ejecución de prácticas que puedan llegar a afectar la integridad de las partes en conflicto. 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 ésta 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 66 procesos de la compañía 2020, para el 100% de los centros de trabajo. Durante el 2020, priorizamos el plan de auditoría con los asuntos de riesgos más relevantes por efectos de la pandemia y a su vez se incrementó el desarrollo de auditorías continuas (40 tiendas / 5 bodegas / 6 procesos). efectuamos revisiones a procesos comerciales, logísticos, tecnológicos, financieros, de gestión humana y de cumplimiento (21 procesos), acompañamiento a los inventarios generales (20 tiendas / 3 bodegas) y visitas operativas (36 tiendas). Según los resultados de dichas auditorías, se plantearon planes de acción correctivos a implementar durante 2020 y 2021.

NÚMERO DE PROCESOS AUDITADOS								
	Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Tiendas (auditoría - inventarios)	25	30	31	33	36	40	40
	Bodegas y Centros de distribución	12	8	3	3	3	5	5
	Oficina de Apoyo a Tiendas (procesos)	23	22	20	24	26	32	21
	Total	60	60	54	60	65	77	66*

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



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.



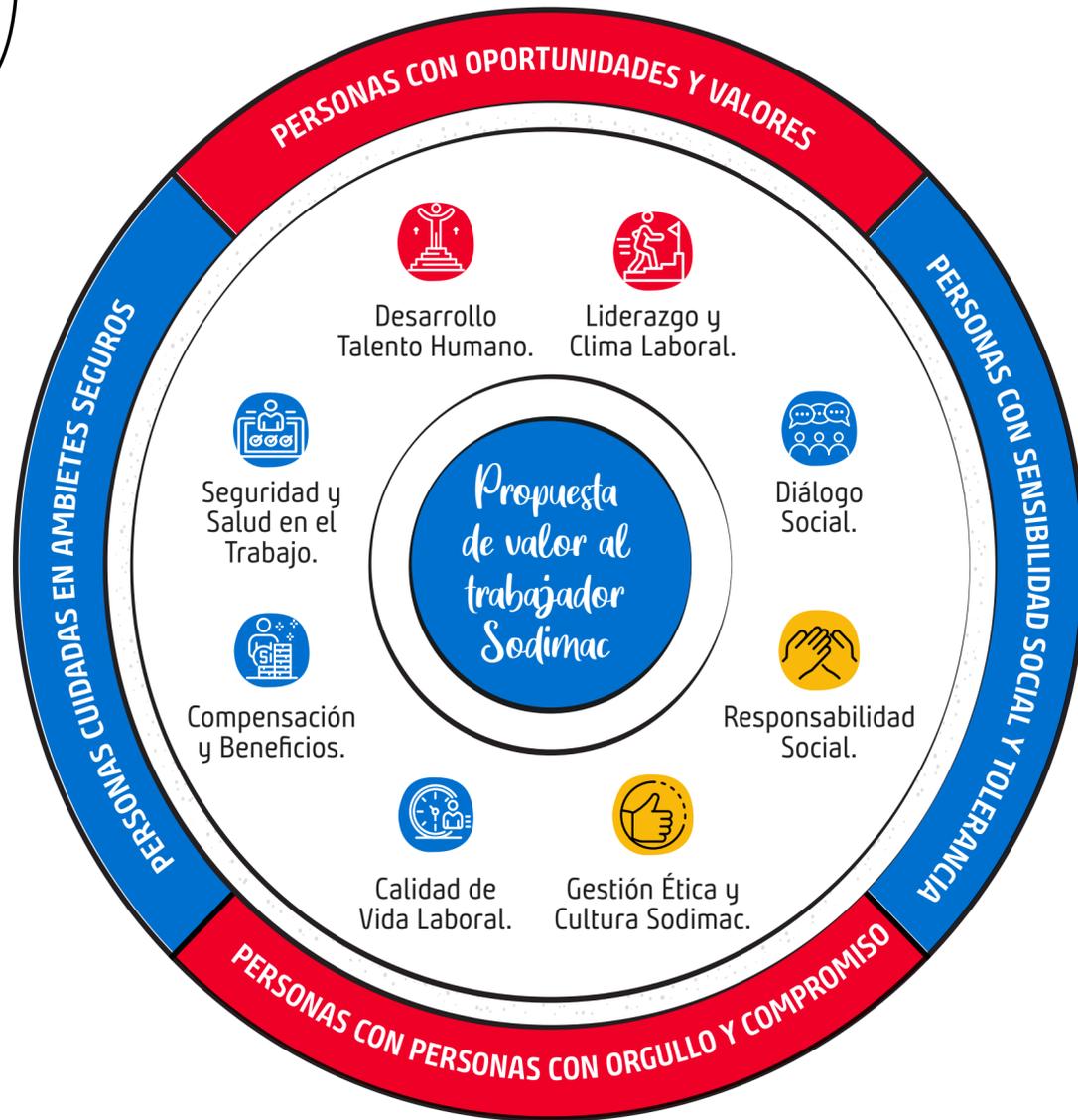
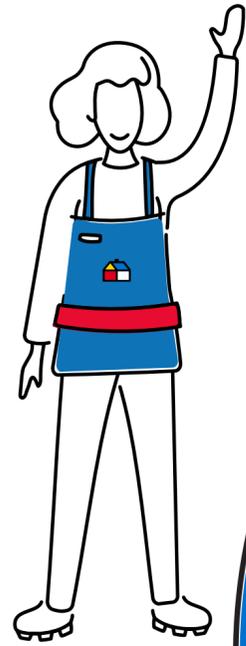
Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores



Trabajamos cada año para superar metas cada vez más exigentes y lo hacemos de la mano de un equipo de colaboradores altamente calificados. 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. Destacamos especialmente, que, durante el 2020, un año con muchos desafíos y gran incertidumbre, adoptamos programas e iniciativas internas, haciendo uso de medios digitales, que permitieron el desarrollo de nuestro talento de manera remota, entendiendo la realización de nuestro trabajo como una actividad y no como un lugar. 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.

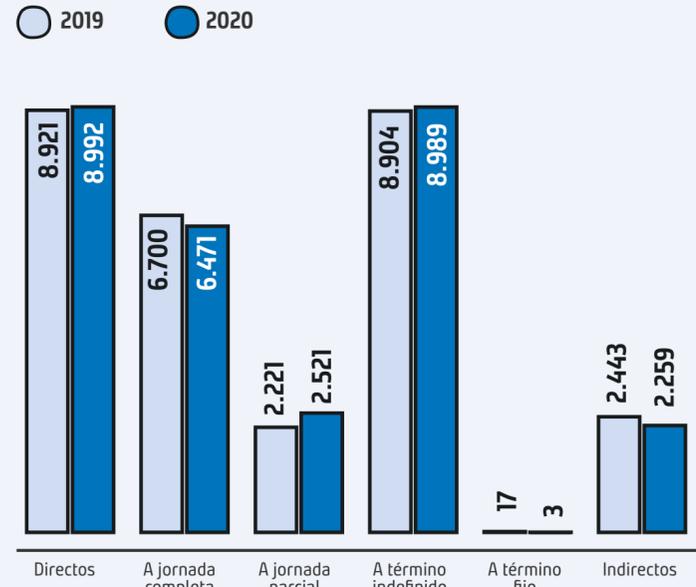


Nuestra oferta de valor para la familia Sodimac

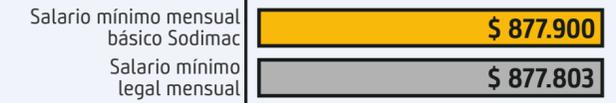


Nuestro talento humano en cifras

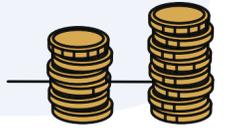
COLABORADORES VINCULADOS A SODIMAC COLOMBIA



SALARIO MÍNIMO DE SODIMAC COLOMBIA COMPARADO CON EL SALARIO MÍNIMO LEGAL VIGENTE EN 2020



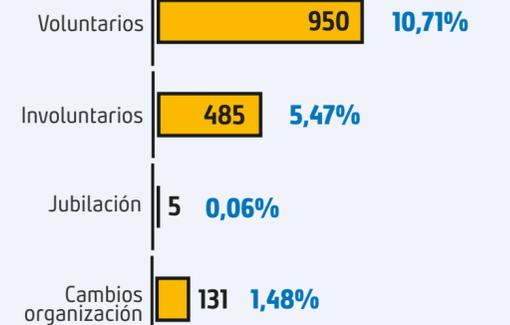
En Sodimac ofrecemos un salario justo basado en competencias y en las actividades que realizamos como compañía, siguiendo los lineamientos de la legislación nacional, adicionando beneficios extra legales y componentes de salario emocional.



Total retiros y porcentaje de rotación

● Retiros ● Rotación

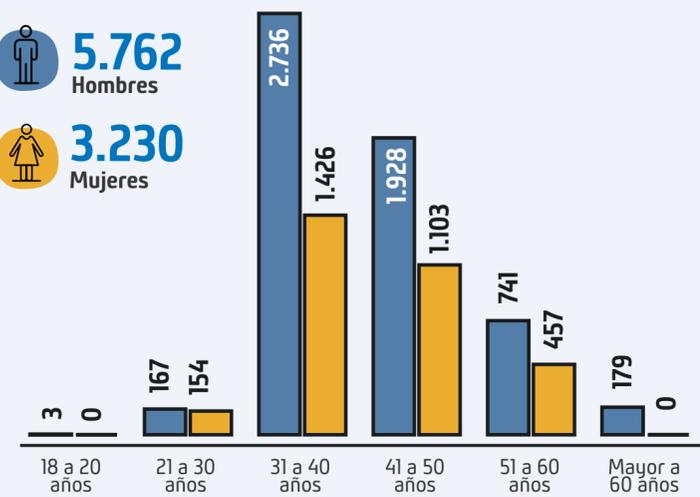
Total retiros **1.435** **16,18%**



DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO Y EDADES

5.762
Hombres

3.230
Mujeres



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 todos. Por esta razón, la diversidad e inclusión hacen parte de nuestros objetivos estratégicos y se vinculan transversalmente en todos los procesos que tenemos como compañía.

A pesar de haber tenido que enfrentar los desafíos impuestos por la coyuntura del Covid-19, 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.

Destacamos principalmente, que trabajamos durante el año, en programas de acompañamiento virtual a nuestros colaboradores para manejar situaciones de salud emocional y bienestar, nuevos entornos laborales por el trabajo en casa y formación de nuevas habilidades que permitieran el desarrollo personal y profesional de nuestro equipo.

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 los nuevos colaboradores a la empresa, a su desarrollo y el de sus familias. Durante el año 2020, enfrentamos retos importantes para asegurar el bienestar y salud de los colaboradores de este programa, debido a la emergencia sanitaria mundial del Covid-19. Por su condición de discapacidad física y cognitiva fueron reconocidos como un grupo de alta vulnerabilidad ante las amenazas de contagio. Por lo anterior y siguiendo con las instrucciones del gobierno nacional de aislamiento obligatorio, nuestros colaboradores permanecieron en sus hogares, sin reducciones en sus salarios y con un celular suministrado por la compañía, con el fin

de mantener comunicación, desarrollar espacios de formación y nuevas habilidades socioemocionales y propias de sus cargos.

Debido a esta situación, elaboramos un plan de trabajo virtual junto con la Fundación, que nos permitiera cuidar la salud física, mental y emocional de los colaboradores, implementando herramientas de cuidado oportuno e involucrando a las familias de los colaboradores, como un apoyo fundamental para realizar un refuerzo socioemocional y evitar afectaciones negativas, debido al cambio repentino del estilo de vida.

Conforme se fue estabilizando la situación de emergencia sanitaria desarrollamos un plan de retorno a las tiendas seguro y progresivo, donde aseguramos espacios de formación virtual que los preparara para la nueva realidad en las tiendas, y el cumplimiento de todas las normas de bioseguridad. De esta manera, logramos a cierre del 2020 que el 85% de ellos se reintegraran a sus puestos de trabajo. Los 18 restantes siguen cuidándose guardando aislamiento en sus casas, debido a los altos riesgos de salud que representa el reintegro a sus actividades laborales. Continuando con su proceso de capacitación para prepararse previo a su regreso a las tiendas.



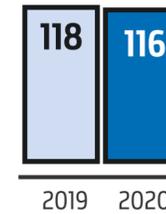
- Talleres grupales
 - Talleres individuales
 - Encuentros de bienestar
 - Trabajo autónomo dirigido
 - Seguimiento telefónico

Por último, es importante mencionar que, durante 2020 adaptarnos a los nuevos desafíos que imponía el entorno significó un proceso de adecuación, donde lo primordial fue asegurar la integridad de los colaboradores contratados. Por esta razón, en el marco de la pandemia y en medio de un panorama de incertidumbre, se detuvieron los

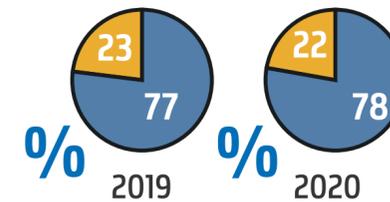
procesos de contratación y los recursos se enfocaron en mantener al personal activo. Un total de 116 personas. Esperamos el próximo año las condiciones del entorno sean favorables, para que en el 2021 podamos llegar a la meta de vincular a 130 personas.

Manos Capacitadas

Vinculados



116
Total vinculados al 2020



Personas en situación de discapacidad física vinculadas

1 **6**
Mujer Hombres
2020



Durante 2020 adaptarnos a los nuevos desafíos que imponía el entorno significó un proceso de adecuación, donde lo primordial fue asegurar la integridad de los colaboradores contratados.



Inclusión laboral para personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica

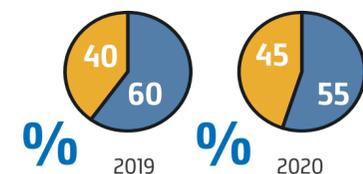
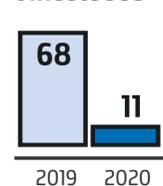
Conscientes de las necesidades del entorno y del potencial de la compañía como impulsadora de oportunidades de desarrollo y crecimiento para los colaboradores, desde hace siete años trabajamos para vincular población en estado de vulnerabilidad socioeconómica, quienes históricamente han carecido de oportunidades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

Por esta razón, buscamos ser una plataforma donde mejoren sus oportunidades y aumenten su calidad de vida, luego de un trabajo mancomunado con diversas organizaciones, quienes nos refieren posibles candidatos y nos acompañan en su proceso de vinculación laboral.

Aunque la meta de la compañía para el año 2020 era vincular 70 personas en el programa, los procesos de selección de nuevo personal se detuvieron. Nos concentramos en mantener y apoyar a los colaboradores ya vinculados en medio de las dificultades sociales y económicas que generó la emergencia sanitaria por Covid-19. Previo al cierre del proceso logramos vincular 11 personas en condición de vulnerabilidad. Para el 2021, la meta se mantiene en vincular a 70 personas.

Vulnerabilidad socioeconómica

Vinculados



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.

En 2020 específicamente, debido a la emergencia sanitaria mundial por Covid-19, fue necesario desarrollar un alto nivel de adaptación y flexibilización de las iniciativas y programas, poniendo a prueba nuestra capacidad para incorporar estrategias virtuales y remotas. A continuación, presentamos aquellos programas en los que tuvimos la oportunidad de trabajar durante el año.

Programa "Conexión Mamás Sodimac"

Pensando en el bienestar y la 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 y sus parejas, 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.

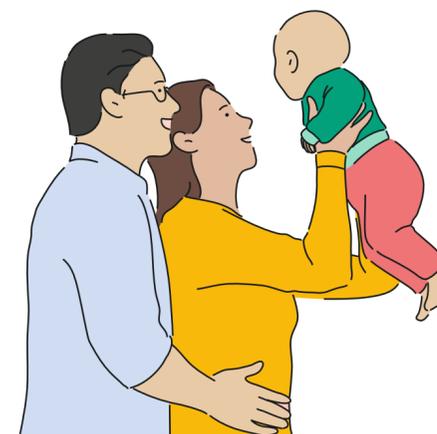
El nuevo estilo de vida en casa y de aislamiento con familiares y amigos impactó la forma en que se perciben los procesos de lactancia en las colaboradoras y esposas de colaboradores, incrementando la incertidumbre y generando inquietudes con respecto a los desafíos a la hora de amamantar junto con la gestión de los protocolos de cuidado personal para las mamás y bebés. Por esta razón, se creó una estrategia 100% virtual para desarrollar los talleres en tiempos de Covid-19.

Para impulsar las actividades y la comunidad virtual Conexión Mamás, trabajamos en nuestra plataforma de trabajo colaborativo y digital, Workplace de Facebook. En él

generamos estrategias de comunicación, integración y co-creación; compartimos información oportuna y detallada de nuestros programas, invitamos a nuevos eventos, movilizamos nuestras iniciativas, celebramos momentos especiales y creamos consciencia sobre la importancia de la etapa de maternidad. A cierre de 2020 contamos 902 personas vinculadas a la comunidad. Esperamos que en 2021 podamos desarrollar más iniciativas que busquen el bienestar de las nuevas madres y los nuevos padres de Sodimac.

Conexión mamás

132
Inscritas
2020



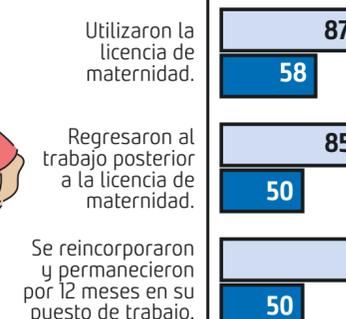
Para cumplir con los objetivos del programa también nos apoyamos con otras dos iniciativas:

- **Vive + Vive Mejor:** como complemento a nuestra estrategia de comunicación e integración que se realiza a través de la comunidad digital en Workplace, nuestro programa Vive + Vive Mejor nos permite hacer seguimiento uno a uno de las mamás y sus parejas, por medio de guías para desarrollo individual en casa y llamadas para resolver dudas de manera personalizada. Adicionalmente, cuentan con la posibilidad de hacer consultas telefónicas ilimitadas gratuitas para asesorarse en lo que consideren necesario durante su proceso de maternidad y paternidad (nutrición, solicitud de citas médicas, proceso para registro civil, entre muchos más).
- **Lactancia:** Reconocemos la importancia que tiene el proceso de la lactancia para las mamás y los bebés, por esta razón, resolvimos dudas y brindamos consejos a través de talleres y canales de comunicación para crear un ambiente de aprendizaje donde todas las colaboradoras de Oficina de Apoyo a Tiendas compartían experiencias de los nuevos desafíos con respecto al teletrabajo y el proceso de amamantar. De cara a las tiendas Homecenter y Constructor las mamás cuentan con acceso a las salas de lactancia siguiendo los nuevos protocolos de bioseguridad de manera higiénica, cómoda y digna. Adicionalmente, las madres en etapa de lactancia han sido consideradas como comunidad prioritaria para acceder a los beneficios de la modalidad de teletrabajo y aislamiento preventivo.

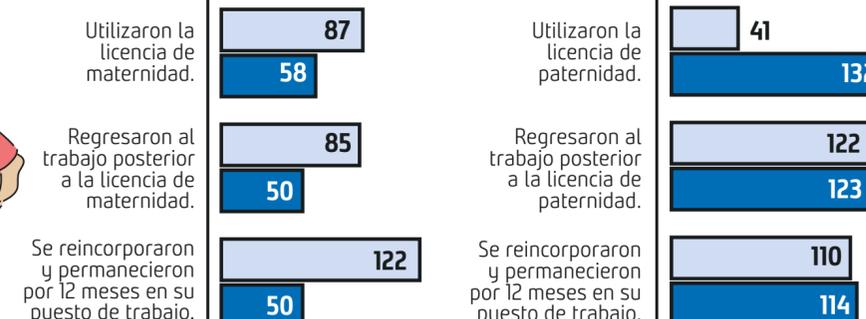
MEDICIÓN ● 2019 ● 2020



Mujeres



Hombres





Comunidad Orgullo Sodimac

Durante el año 2020 creamos la comunidad Orgullo Sodimac por medio de nuestra herramienta de trabajo digital y colaborativo, Workplace de Facebook, una comunidad diseñada para acoger a la población LGBTQI+ de nuestra compañía. De esta manera, logramos comunicar, integrar e informar a la comunidad de nuestros programas, iniciativas y proyectos que buscan fortalecer nuestro compromiso con la diversidad e inclusión.

La comunidad es un espacio libre de estereotipos donde discutimos y participamos en estrategias de co-creación, permitiendo que los miembros se expresen libremente, se sientan orgullosos de quiénes son y de pertenecer a nuestra gran familia Sodimac.

Esta iniciativa es una estrategia virtual de suma importancia para los colaboradores, en la medida en que fomenta un espacio para las personas, libre de discriminación. En él potencializamos sus talentos y habilidades, así como su compromiso por un lugar de trabajo diverso e incluyente. Actualmente, la comunidad cuenta con 70 miembros activos.

Las actividades de socialización con la comunidad han sido las siguientes:

- **Trivias:** En el marco de un concurso de conocimientos interactuamos para compartir datos de personas

LGBTIQ+ reconocidas por contribuir en la lucha por los derechos de la comunidad.

- **ABC:** Eliminando mitos y creencias, brindando información de intereses y utilidad para comunidad.
- **Celebraciones:** Festejamos fechas importantes de la comunidad como el día internacional de la tolerancia y navidad.
- **Charlas y eventos:** También hemos logrado tener reuniones de integración y compartir eventos de interés para la comunidad por nuestro grupo.

Adicionalmente la comunidad comienza a tener una participación activa donde los miembros, por iniciativa individual, comparten información, colaboran en actividades, se hacen recomendaciones y crean un ambiente de compañerismo. Lo cual estamos seguros se reforzará aún más, cuando se pueda disfrutar nuevamente de espacios presenciales.

Comunidad Manada Sodimac y actividades Pet Friendly

Deseamos contribuir a un mejor ambiente de trabajo para todos. Es por esta razón, que promovemos las actividades "Pet Friendly" (amigables para las mascotas), para los co-

laboradores en nuestra Oficina de Apoyo a Tiendas y para las tiendas Homecenter y Constructor. Sin embargo, en el 2020 el programa se adaptó a la modalidad de teletrabajo para los colaboradores de las oficinas, por lo que tuvimos que cancelar todas las actividades presenciales. En su lugar, desarrollamos dos actividades virtuales invitando a todos los miembros de la familia Sodimac en especial a los miembros de la Comunidad Manada Sodimac, la cual creamos en nuestro ambiente de trabajo colaborativo y digital: Workplace de Facebook.

En años anteriores, bajo el marco de este programa celebramos el día mundial de llevar la mascota al trabajo. Para el año 2020, la posibilidad de que los colaboradores puedan trabajar en su lugar de trabajo permitía una interacción constante con su familia y la mascota aumentan la felicidad, disminuyendo el estrés y el riesgo psicosocial. No obstante, como estrategia virtual de interacción realizamos dos actividades de integración con comunidad Manada Sodimac.

- Happy Hour de mascotas en donde contamos con una médica veterinaria que dio tips sobre primeros auxilios.
- Halloween para mascotas con concurso de disfraces.



2 actividades virtuales con mascotas

1.638 miembros Comunidad Manada Sodimac en Workplace

Promociones

Reconocemos el talento humano de la gran familia Sodimac, por lo cual, nuestro programa de promoción interna sigue teniendo excelentes resultados a pesar de las dificultades del 2020. El número de promociones sigue creciendo y nuestra política de diversidad, equidad e inclusión también permea este proceso generando un aumento importante de ascensos para las colaboradoras de nuestra compañía, disminuyendo de esta manera las brechas de género.

MEDICIÓN

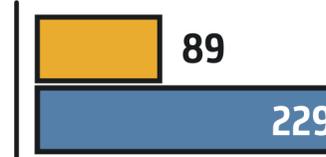


Mujeres

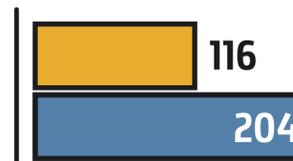


Hombres

318
Colaboradores Promocionados en 2019



320
Colaboradores Promocionados en 2020



El mejor lugar para trabajar

Encuesta de clima laboral: Entorno Laboral y Salud Emocional

En el año 2020 no aplicamos nuestra encuesta de clima laboral con la metodología del Great Place To Work Institute, como lo hemos hecho en años anteriores. Reconociendo la pandemia del Covid-19 como una situación atípica que ha impactado en diferentes aspectos la vida de toda la familia Sodimac y la forma en la que desarrollamos el negocio. Por ende, nuestra encuesta de años anteriores carecía de las herramientas necesarias para entregarnos información valiosa de las nuevas dinámicas, flexibilización, riesgos y desafíos que afrontamos. Por lo que creamos la primera encuesta de Entorno Laboral y Salud Emocional.

La nueva encuesta es 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 colaboradores en esta época de pandemia, con el fin de poder construir estrategias y plantear nuevas iniciativas para cuidar a nuestra gente.

La encuesta tiene 100 preguntas en las siguientes categorías: demografía, percepción del jefe, percepción de la compañía, salud mental, manejo de estrés, camaradería, orgullo de pertenencia y home office; y fue aplicada a toda la población con una primera medición en junio y una segunda en octubre. A partir de sus resultados se han diseñado planes de trabajo en diferentes frentes que se vienen ejecutando de manera ininterrumpida para toda la población de la compañía.

Destacamos el orgullo de pertenencia como la categoría más reconocida y valorada para los colaboradores de Sodimac Colombia. Allí los aspectos que resaltan, son el agradecimiento por las condiciones con las que cuentan, el deseo por permanecer por mucho tiempo en la compañía y la seguridad de que saldremos fortalecidos de esta situación y seguiremos construyendo proyectos de hogar para nuestros clientes. De manera semejante, nuestros colaboradores resaltan la imagen de la compañía y una buena percepción del jefe inmediato.

Entendiendo que uno de los principales hallazgos fue el estrés general y el estrés financiero, creamos dos nuevos programas de acompañamiento con nuestro aliado Albenture, con el fin de fortalecer de la mano de profesionales el manejo del estrés que puede generar el repentino cambio en el estilo de vida y recomendaciones financieras para estar preparados en tiempos de alta incertidumbre.

Finalmente, lanzamos el Podcast "Venga Le Cuento", un espacio virtual quincenal para hablar con expertos sobre diferentes temáticas que promueven la salud emocional y

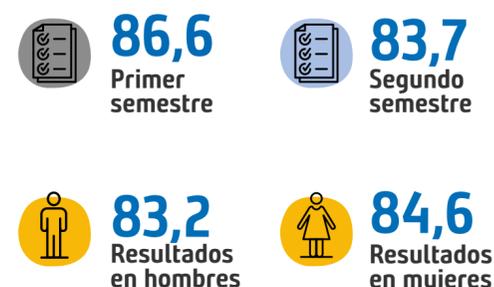
Manejo del estrés
1.685 colaboradores inscritos

- **Ligeramente:** acompañamiento y orientación en el manejo del estrés.
- **Equilibrio Financiero:** acompañamiento y orientación en el manejo de las finanzas.

física. En 2021 esperamos continuar consolidando estas iniciativas, aumentar su impacto y generar iniciativas nuevas, según las necesidades de nuestros colaboradores.

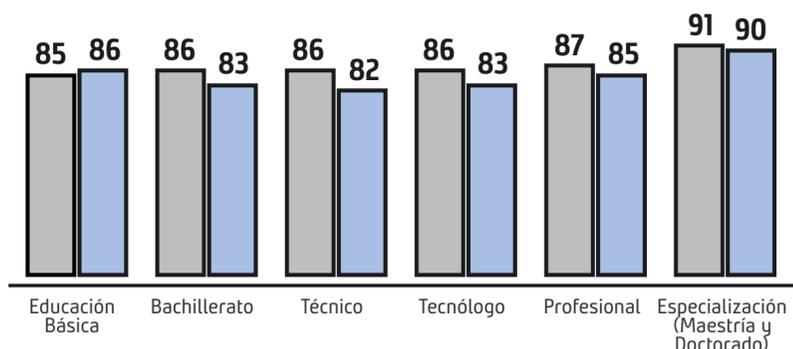
Entorno laboral y salud emocional

RESULTADO ENCUESTA



8.333 Personas realizaron la encuesta

- 😊
 - 😐
 - 😞



PRIMERA MEDICIÓN



SEGUNDA MEDICIÓN



¡VENGA LE CUENTO!

SODIMAC PODCAST

LLEGA NUESTRO PODCAST

VENGA LE CUENTO

En el que hablaremos temas que te importan a ti, a mí ¡A todos! Escúchalo donde quieras y como quieras cada 15 días por este medio o en Spotify.

Edición Especial para
LÍDERES SMART

EN EL CAPÍTULO DE HOY:
Manejo de las emociones y Resiliencia

HAZ CLIC Y ESCUCHALO

NPS Interno

Debido a todas las contingencias que afrontamos durante el 2020, como compañía tomamos la decisión de suspender temporalmente la realización de la encuesta NPS interno. Una medición mediante la cual buscamos que nuestros colaboradores puedan compartir nuevas ideas, las cuales tengan un impacto positivo en la experiencia de compra de nuestros clientes. Esencialmente, fue debido a enfocar nuestras prioridades y recursos en la realización de programas que se enfocaran en el acompañamiento, monitoreo y apoyo del estado de salud física, mental y emocional de nuestros colaboradores.

El objetivo para el año 2021 es trabajar en otros proyectos de relacionamiento con nuestros colaboradores, sentido de pertenencia por la compañía y mejorar la experiencia en el nuevo ambiente laboral.

Nuestro Sistema de Reconocimiento

Programa nacional de reconocimientos: "Tu Pasión Cuenta y Buena por esa"

Reforzamos nuestro sistema de reconocimientos a nivel nacional con una estrategia de adaptación a la modalidad digital. El sistema lo llamamos: "Buena Por Esa". Una herramienta que permite a nuestros colaboradores reconocer y ser reconocidos por ese esfuerzo extra para lograr resultados excepcionales. Durante el año 2020 "Buena Por Esa", llegó al grupo de Oficina de Apoyo a Tiendas y entrega distinciones especiales a los colaboradores que resaltan los atributos de la cultura Sodimac:

- Cliente al centro.
- Velocidad y experimentación.
- Colaboración.
- Mentalidad de cambio.

Nuestro programa de reconocimiento exalta la labor de los colaboradores, de manera incluyente cubriendo a toda la

población a nivel nacional. Este incentiva resultados individuales y premia los resultados grupales. Además, fortalece el trabajo colaborativo, motiva un alto rendimiento y compromiso con las actividades diarias. Como compañía, buscamos que este tipo de herramientas promuevan una cultura orientada hacia los atributos que hemos establecido como fundamentales en nuestra gente y nos permita estar cada vez más cerca de las metas propuestas.

Adicionalmente, con el objetivo de brindar una experiencia memorable y más digital a la hora de reconocer a nuestros colaboradores, lanzamos en el mes de noviembre el piloto de esta nueva iniciativa: Zwapp. Con esta aplicación buscamos dar mayor autonomía y personalización cuando resaltamos la labor de nuestra gente, ya que da la posibilidad al colaborador de elegir su premio dentro de un portafolio, según sus intereses y necesidades. Actualmente estamos en la fase piloto en la ciudad de Bogotá y para el 2021 esperamos expandir el alcance de nuestra aplicación a nivel nacional.



Previo al desarrollo del evento realizamos una convocatoria masiva por medio de nuestro ambiente de trabajo colaborativo y digital: Workplace de Facebook. En la que los mismos colaboradores postularon a quienes consideraban se destacaban como equipos o personas en diferentes categorías. Allí, recibimos más de 300 postulaciones en diferentes categorías, las cuales entraron a revisión de un comité de selección.



Estrellas de lo nuestro

Durante el 2020 no realizamos nuestros ya tradicionales Premios Líder. Sin embargo, con el objetivo de no perder el espacio de conexión y reconocer todo lo asociado al contexto vivido gracias a la emergencia sanitaria mundial, se generó un evento de reconocimiento para destacar la innovación y las buenas prácticas en tiempos difíciles. Reconocer lo que hacemos y lo que nos lleva a ser siempre mejores.

Es por esto que creamos un espacio en el que se premiará y se reconocieran las iniciativas e ideas que en estos tiempos complejos nos ayudaron como organización a salir adelante, la innovación, la adaptación al cambio y a destacar a quienes vieron posibilidades en tiempos diferentes.

Por eso generamos *Estrellas de lo Nuestro*. Un evento virtual en el que nos conectamos como organización entorno al reconocimiento por las buenas ideas e iniciativas. Este evento tuvo como eje narrativo el cine, en el que se vivieron espacios y momentos inspirados en grandes actores y películas que invitaron a reconocer y destacar, los aportes de los postulados en las diferentes categorías.

- 🏆 El más pijo en bioseguridad.
- 🏆 Líder que nos cuida y nos une.
- 🏆 Personas que se adaptaron rápidamente al cambio.
- 🏆 Equipos de rápida adaptación.
- 🏆 Acción noble y humanitaria entre compañeros y comunidad.



¡HOLA!
QUÉ BUENO VOLVER A VERTE

Bienvenido a...
SMART WORKING
Mi nueva forma de trabajo

De acuerdo con la estrategia corporativa de transformación digital, antes de tener las consecuencias inesperadas de la pandemia, como compañía, ya habíamos revisado los procesos susceptibles de automatización y digitalización por medio de herramientas tecnológicas. Lo cual, nos permitió tener sólidas bases que, junto a esfuerzo mancomunado entre las áreas de la compañía y colaboradores, permitió una adaptación rápida a la nueva forma en la que trabajamos y nos cuidamos.

La puesta en marcha del teletrabajo o como nosotros lo denominamos Smart Working y cierre de nuestras oficinas, nos permitió disminuir las amenazas de contagio y con ello garantizar el bienestar de nuestra gente. Además, obtuvimos otros beneficios en los procesos de la compañía como ahorros de tiempo, disminución de reprocesos, mayor productividad y el reforzamiento de nuevas habilidades en nuestros colaboradores. Quienes hoy pueden afrontar retos y desafíos desde cualquier lugar, cumpliendo con las expectativas pactadas y siempre dando un esfuerzo extra. Lo que nos posiciona en un entorno de innovación y mejora continua.

Transformación digital

La emergencia sanitaria mundial también nos ha dejado aprendizajes y beneficios inesperados que emergieron en nuestro esfuerzo por adaptarnos y flexibilizar los procesos de la compañía. La aceleración de los procesos en transformación digital y el reforzamiento de las habilidades de nuestros colaboradores en entornos remotos, nos permiten entender hoy que nuestro trabajo es una actividad que podemos desarrollar en diferentes lugares y no se vincula únicamente con un espacio único de trabajo. Estos beneficios y aprendizajes, derivados de la pandemia, han llegado para quedarse e impactar positivamente el desarrollo y crecimiento de nuestro negocio.

Smart Working:
Nuestra nueva forma de trabajo

Los retos de este año nos permitieron diseñar una nueva forma de trabajo permanente en el tiempo llamada *Smart Working*. En nuestra nueva normalidad, el valor del trabajo mismo está dado por los resultados, el compromiso y la confianza que tenemos en nuestro equipo. Con nuestra nueva forma de trabajo, ir a las oficinas es opcional para los cargos que aplican, debido a que no tienen atención física al público y no implican una vulnerabilidad para el negocio en términos financieros y/o legales. El colaborador tiene la posibilidad de organizar sus horarios y elegir el lugar desde el que prefiera realizar sus labores cada día, asegurando únicamente una conectividad estable y permanente que permite una comunicación efectiva, eficiente y casi que en tiempo real con el equipo de trabajo. La presencialidad se convierte entonces para nuestra nueva forma de trabajar, excepcional. Solo en casos en que sea necesario organizar reuniones de co-creación o reuniones donde el jefe necesite presencia física del colaborador 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 compañeros.

Adicionalmente, hemos adoptado durante el tiempo que dure la emergencia sanitaria mundial y hasta cuando se crea necesario un aplicativo para la reserva de los puestos de trabajo en las oficinas, esto nos permite asegurar aforos, distanciamiento entre puestos y orden a la hora de ir a la Oficina de Apoyo a Tiendas. Ya que ahora funciona como un ambiente colaborativo y rotativo en el que no hay puestos fijos para ningún colaborador.




Modelo de trabajo flexible

En el 2020 actualizamos nuestra política de trabajo flexible para todos los colaboradores de la Oficina de Apoyo a Tienda de la compañía, siendo coherentes con nuestra nueva forma de trabajar denominada Smart Working,

nuestro modelo de trabajo flexible se adaptó a las nuevas circunstancias y hoy ofrecemos a los colaboradores nuevas alternativas para que sigan mejorando su productividad en los nuevos entornos de trabajo.

1 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.

2 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 movibles, dependiendo de la necesidad.

3 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 podrán ser de 6:00 am a 10:00 am y las horas de salida y finalización deberán ser de 3:00 pm a 7:00 pm.

4 VIERNES FLEXIBLE

El colaborador 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.

5 FREE PASS

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

6 DESARROLLÁNDOME

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



Nuestro ambiente de trabajo colaborativo digital - Workplace

@workplace

En diversas secciones de este informe, hemos mencionado nuestra herramienta de conexión y acercamiento digital para mantener una interacción permanente entre todos los colaboradores. Nuestro ambiente de trabajo colaborativo digital: Workplace de Facebook. 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 desarrollar nuevas iniciativas con recursos digitales. En tiempo 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.



Logramos trabajar de manera diferente en tiempos de Covid-19:

- Co-creando ideas y proyectos.
- Gestionando de manera innovadora la información.
- Generando cercanía entre todos los centros de trabajo.
- Trabajando mejor en equipo.
- Reforzando la productividad.
- Ampliando las formas de aprendizaje.
- Comunicando iniciativas, programas, eventos y proyectos.
- Gestionamos reuniones e interactuamos.

8.730

Colaboradores conectados en 2020

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:



- Cápsulas de buenas prácticas
- Testimonios de colaboradores
- Test Smart auto exámenes de productividad y manejo de tiempo

Guía
SMART

Solicitud de vacantes y concursos internos

Utilizamos inteligencia artificial para promocionar el mejor talento interno a través de la plataforma AIRA. La cual tiene la capacidad de filtrar y seleccionar miles de currículum en segundos, dependiendo de las características de la persona que la empresa necesite. 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 candidatos en la promoción de ascensos y refuerza las medidas de transparencia que se realizan, generando información confiable y en tiempo real tanto cualitativa como cuantitativa sujeta de análisis e inspección.

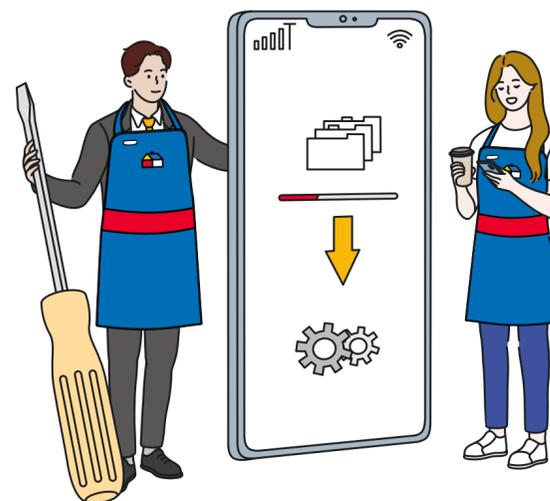
Inducción virtual

En coherencia con la pandemia y la contratación de nuevos colaboradores para el año 2020, pensamos nuevamente en los procesos de inducción y su desarrollo bajo una modalidad 100% virtual, donde el principal objetivo sigue siendo acompañar a los trabajadores 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 nuevos colaboradores.

Conscientes de que seguimos aprendiendo y mejorando el proceso de inducción virtual, se encuentra en progreso el desarrollo de una feria virtual de inducción donde los colaboradores podrán visitar los stands de los temas relevantes al inicio de su vida laboral en Sodimac, mejorando la experiencia de los nuevos colaboradores y facilitando su proceso de integración.

Aplicando la tecnología a los procesos Sodimac

Pensando en facilitar algunos procesos en 2020 y aumentar la eficiencia de nuestra operación de cara a los colaboradores 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.

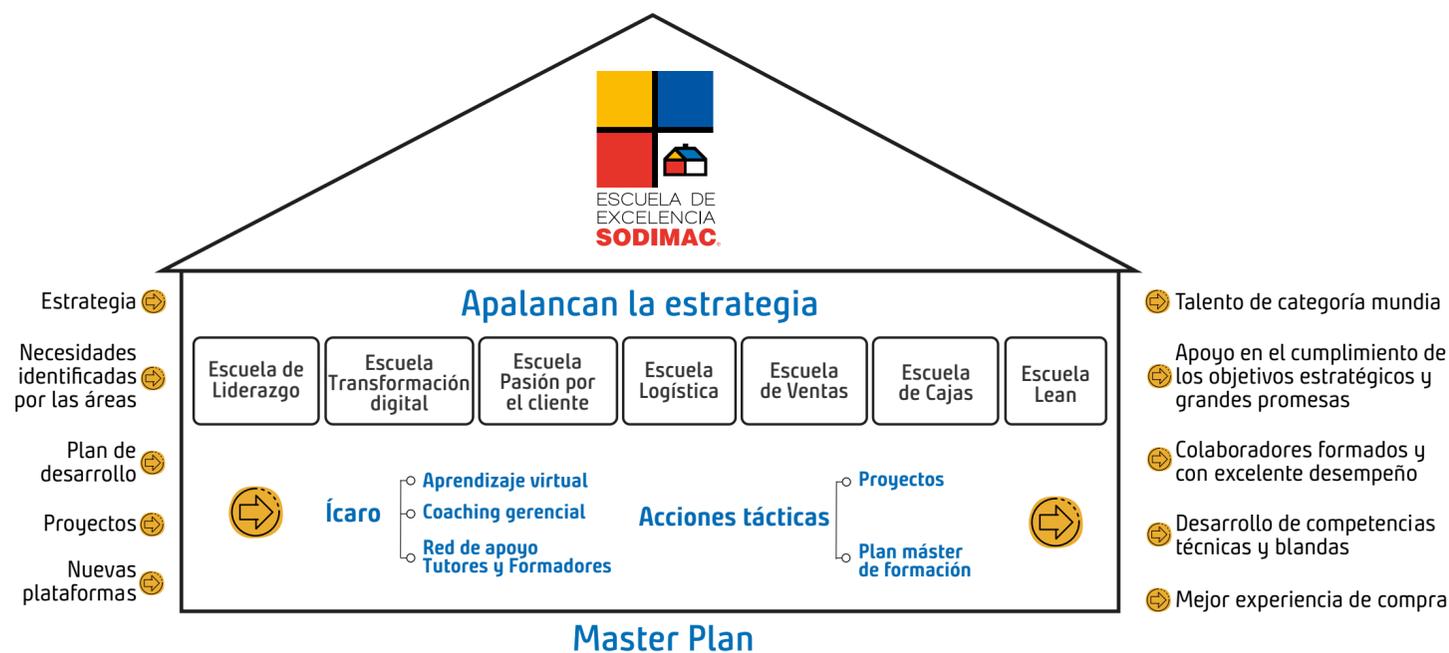
- Solicitud de certificados laborales en forma digital.
- Reporte y seguimiento de ausencias, incapacidades, accidentes y licencias.
- Automatización solicitud retiro de cesantías.
- Automatización cambios bancarios y de salud.
- Automatización proceso de contratación.
- Automatización consulta de capacidad de endeudamiento.
- Automatización consulta de saldos de créditos.
- Herramienta para solicitud de beneficios Sodimac Conmigo.
- Herramienta para solicitud de beneficios educativos.
- Solicitud paquete de retiro.
- Centralización proceso de descuadre en caja.

Y NO OLVIDES PEDIR LA SOLICITUD

desde una semana hasta 24 hrs. antes

escritoir

Escuela de Excelencia Sodimac



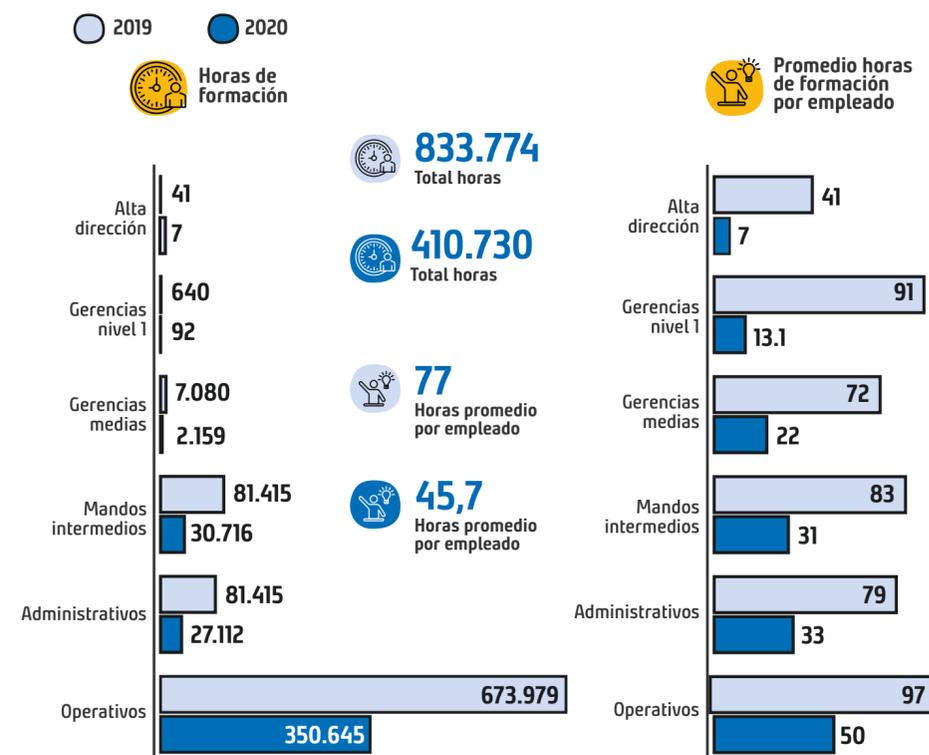
Formación en temas digitales

Siendo conscientes de la transformación digital de la compañía y las nuevas necesidades del entorno, trabajamos en otorgar nuevas habilidades y fortalecer las ya adquiridas por nuestros colaboradores. Todo esto, con el objetivo de soportar y responder adecuadamente a los cambios, la automatización y digitalización de los diferentes procesos. Continuamos trabajando en herramientas tecnológicas y en modelos de trabajo innovadores como parte fundamental de nuestros programas de formación a colaboradores bajo el marco de la Escuela de Excelencia Sodimac. Proyecto clave de la compañía, por el cual se forman y fortalecen los conocimientos de los trabajadores siguiendo las directrices estratégicas, necesidades y los planes de desarrollo de las diferentes áreas de la compañía. Durante el año 2020, alcanzamos 410.729 horas de formación para el 98% de los colaboradores, como efecto de la pandemia el número de horas de formación con respecto al año pasado disminuyó en un 51%.

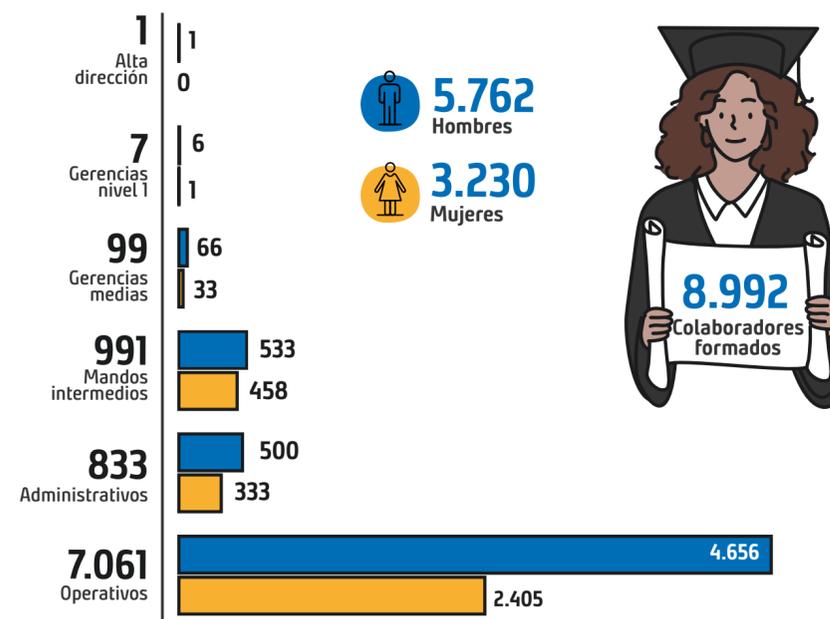
La emergencia sanitaria mundial significó adaptarnos y en este proceso de adaptación se enfocaron los recursos para los programas de formación y desarrollo en otras prioridades inmediatas, con el objetivo de acompañar a los colaboradores, nuestros clientes y realizar aportes a la comunidad. Esto nos permitió conservar todos los puestos de trabajo, destinar recursos a la protección de nuestra gente y apoyar como empresa a subsanar algunos efectos de la pandemia a nivel nacional.

Consecuentemente, nuestro propósito de formación se redujo más no se canceló. Por ello, para lograr la meta de formación con los colaboradores hemos realizado alianzas y cursos de aprendizaje con diferentes plataformas y aliados como lo son UBITS, LinkedIn Learning, el SENA, Universidad Antonio Nariño y la Institución Universitaria Politécnica Gran Colombiano. Estas alianzas, nos han permitido hacer realidad los espacios de formación con un impacto directo en la operación, brindando a los colaboradores más herramientas y mejores habilidades para la atención de los clientes.

HORAS DE FORMACION Y PROMEDIO DE HORAS DE FORMACION POR NIVEL



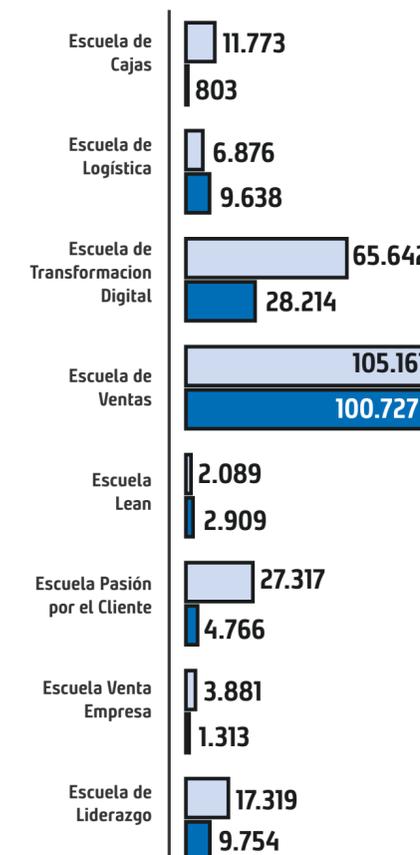
COLABORADORES FORMADOS POR GÉNERO Y POR NIVEL



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.

HORAS DE APRENDIZAJE POR ESCUELAS DE FORMACIÓN

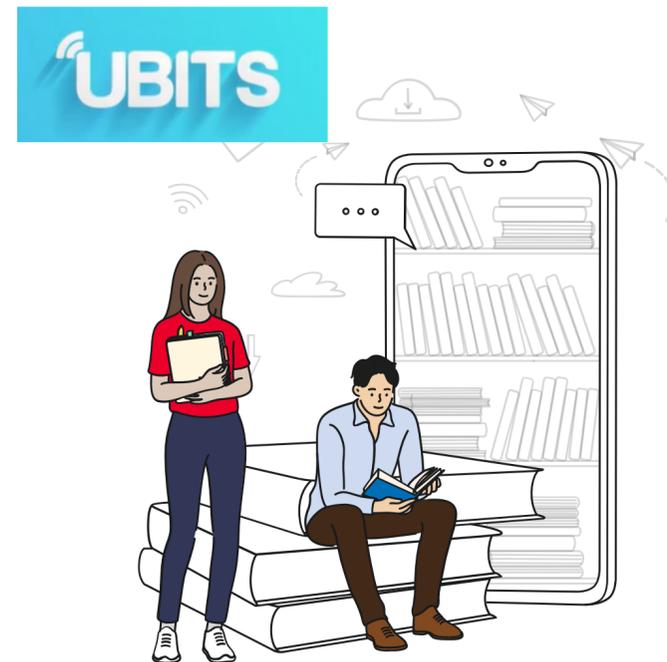


240.063 Horas en 2019
158.124 Horas en 2020

Autoaprendizaje virtual con Destino U

A través de la plataforma virtual UBITS, nuestros colaboradores pueden recibir capacitación siguiendo un sistema de "micro aprendizaje", por medio de cursos cortos denominados BITS. Esta modalidad de aprendizaje, nos da, como compañía, acceso a miles de aprendizajes corporativos para nuestros colaboradores a costos más económicos que otras alternativas.

Durante el año 2020, hemos alcanzado cifras de participación que superan por mucho las expectativas, representando un crecimiento del 230% con respecto al año anterior. Contamos con 6.416 personas formadas en diferentes temas, representando el 72% de las licencias otorgadas cifra sumamente importante si la comparamos frente al 34% del año pasado.



LOS BITS FAVORITOS DE NUESTROS ESTUDIANTES



Reconocemos además que el alto índice de participación de los colaboradores es importante para nosotros porque mejoramos las cualidades y habilidades de nuestro talento humano y con ello estamos seguros de que podremos brindar mejores experiencias de servicio a nuestros clientes.

LinkedIn Learning

En alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y la plataforma LinkedIn, y en línea con los propósitos de la Escuela de Excelencia Sodimac, se otorgaron 131 cupos para acceso a cursos de formación por medio de LinkedIn Learning. Esta oportunidad de aprendizaje para los colaboradores Sodimac se realizó de manera gratuita para los colaboradores y el acceso a la plataforma se otorgó hasta enero del 2021.



Cursos de formación Covid-19

Debido a la emergencia sanitaria mundial y las nuevas medidas de bioseguridad necesarias para asegurar la integridad de los colaboradores y los clientes, realizamos capacitaciones para los trabajadores por medio de cursos de formación virtual, con el fin de transmitir y asegurar el correcto uso y conocimiento de los protocolos de bioseguridad. Estos cursos contemplaron los protocolos de seguridad que fueron determinados por el gobierno nacional y otras medidas adicionales a favor de nuestra compañía.



Líderes Smart

Seguimos trabajando para desarrollar líderes dentro de la familia Sodimac que movilicen a los demás colaboradores con el ejemplo, haciendo que los cambios sucedan. Debido a la situación atípica que vivimos con la emergencia sanitaria mundial nos dimos cuenta que era necesario actuar en coherencia con nuestra nueva forma de trabajar y las nuevas habilidades que desarrollamos para adaptarnos a un estilo de vida diferente. Así modernizamos nuestros líderes anteriormente denominados Líderes 2.0 a Líderes Smart, quien además de contar con todos los atributos del Líder 2.0, procesa sus emociones para el logro de los objetivos individuales, grupales y organizacionales.

Igualmente, durante el 2020, trabajamos y desarrollamos estrategias de formación virtual y presencial para mejorar los conocimientos de líderes de nuestra organización, impactando de esta manera a 3.094 líderes con 6.836 horas de formación virtual y 431 colaboradores en cursos con certificaciones técnicas y diplomados.

102 Graduados de Técnico en Construcción de Obras Civiles en 2020.

100 Inscritos en el Diplomado de Operaciones en Retail.

39 Graduados como Técnicos en Operaciones Comerciales en 2020.

40 Graduados del Diplomado en Operaciones Logísticas.

150 personas de comercial, logística y operaciones formadas en Data Literacy.



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.

- Alinear el equipo de la Gerencia de Servicios frente a los retos del área y del rol, generando experiencias de impacto frente al trabajo colaborativo y enfocado a un objetivo compartido.
- Identificar fortalezas y áreas de mejora en cuanto a comportamientos, actitudes, valores, relación con la misión, roles, liderazgo, relaciones y comunicaciones, que potencializa no obstaculizan sumisión como equipo de la Gerencia de Servicios.
- Formular acuerdos y compromisos que se traduzcan en nuevas formas de ser y actuar para la consolidación de una cultura de excelencia en la Gerencia de Servicios.
- Ofrecer retroalimentación al equipo a la luz de la vivencia, que les permita como equipo de coordinadores definir metas, estrategias y planes de desarrollo individual y grupal.

Feria virtual de capacitación

La Feria virtual de la capacitación es un espacio virtual con pabellones y stands de contenidos pedagógicos en distintos temas que refuerzan el conocimiento técnico de proyectos y servicios para nuestros colaboradores con el fin de potencializar la calidad de servicio que puede recibir el cliente.



Del 1 de septiembre al 25 de octubre de 2020

3.322
Total colaboradores

95%
Cubrimiento

22%
Crecimiento promedio el conocimiento (calculado por medio del cuestionario técnico)

Además de realizar la capacitación virtual para nuestros colaboradores también evaluamos su avance en conocimientos a través de un formulario denominado "cuestionario técnico de conocimiento en proyectos" que permite evaluar cada trimestre el nivel de conocimiento en venta de proyectos y se aplica a todos los vendedores de Sodimac.

Atributos de un Líder Smart



Tiene **visión** y **co-crea** con el ecosistema



Es **curioso** y **colaborativo**



Es **inspirador** e **influenciador**



Desarrolla personas y sus **ideas**



Toma **decisiones** y **experimenta**



Comunica y **conecta**



Procesa sus **emociones**

Programa de Coaching

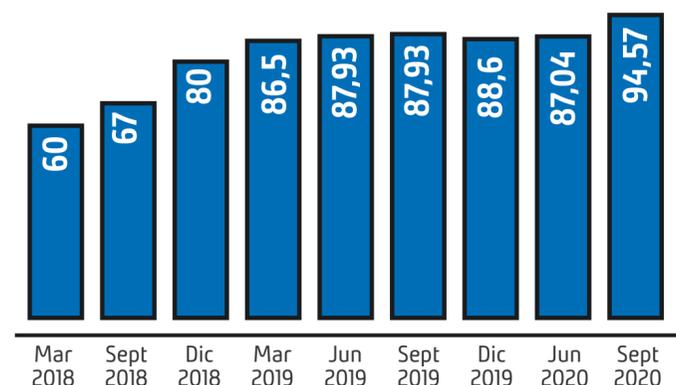
41

Colaboradores participaron en 2020



Durante el año 2020, tuvimos un resultado promedio de 94, 57 puntos que comparados con 60 puntos en marzo del 2018 representa un avance de 34,5 puntos en dos años y medio.

RESULTADOS CUESTIONARIO TÉCNICO

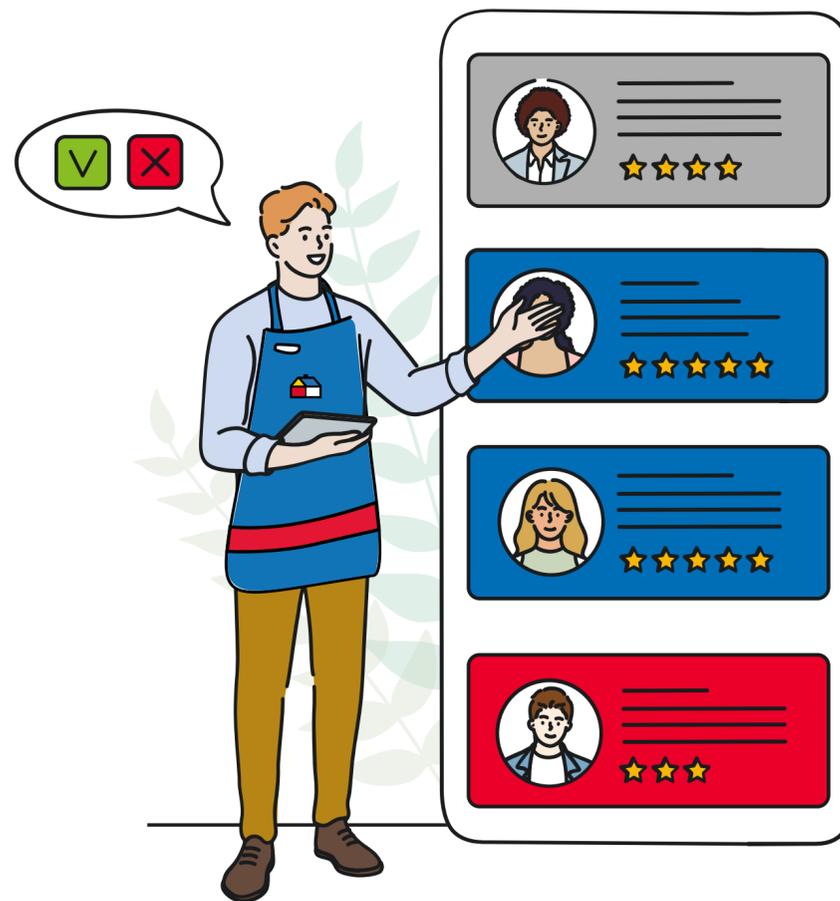


Evaluando nuestro desempeño y desarrollo

Realizamos evaluaciones de desempeño y desarrollo que se ajustan a las necesidades de talento de nuestra organización, enfocados en retener y fomentar el compromiso de nuestros colaboradores en pro de la organización y del cumplimiento de las grandes promesas. Durante 2020 se hizo el despliegue de la herramienta Rankmi para todos los colaboradores de la compañía.

En la primera evaluación que se realizó durante el mes de marzo, la participación representó un 98% de la población que aplicaba para ser evaluada en ese periodo de tiempo, con un total de 7.840 colaboradores participantes.

Los resultados generales para Colombia quedaron en un cumplimiento satisfactorio con un promedio de 2,96 puntos.



7.840 Colaboradores participantes

33% De nuestros colaboradores con desempeño sobresaliente.

98% De los colaboradores recibieron evaluaciones de desempeño.

22% Con desempeño satisfactorio.

30% Con cumplimiento parcial.

14% Con desempeño más bajo de lo esperado.

Evaluaciones por género y por nivel

2020	HOMBRES			MUJERES			TOTAL			
	NIVEL	Total Dotación Masculina	Cantidad de empleados evaluados	% Evaluado	Total Dotación Feminina	Cantidad de empleados evaluados	% Evaluado	Total Dotación	Cantidad de empleados evaluados	% Evaluado
	Alta dirección	1	1	100				1	1	100
	Gerencias nivel 1	6	6	100	1	1	100	7	7	100
	Gerencias medias	66	66	100	33	33	100	99	99	100
	Mandos intermedios	533	520	98	458	445	97	991	965	97
	Administrativos	500	488	98	333	325	98	833	813	98
	Operativos	4.656	4.311	93	2.405	2.228	93	7.061	6.539	93
	Total general	5.762	5.392	94	3.230	3.032	94	8.992	8.424	94

Calidad de vida laboral

Calidad de vida laboral es un programa donde buscamos la participación de los colaboradores y sus familias en iniciativas y proyectos que estimulen un ambiente agradable donde los trabajadores se sientan a gusto y orgullosos de formar parte de la gran familia Sodimac. Mejoramos de esta manera las relaciones internas, solucionamos necesidades de los colaboradores y promovemos una mejor calidad de vida para ellos y sus familias.

A pesar de los retos que implicó el contexto de la pandemia, no queríamos dejar de sentirnos cercanos y continuar promoviendo la alegría que nos caracteriza. Por esta razón, enmarcamos todas las actividades de Calidad de Vida y Bienestar bajo el concepto #LoQueNosUne, recordando que eso es más fuerte que la situación por la que estábamos pasando. La virtualidad nos dio la oportunidad de unirnos e innovar a nivel nacional en actividades que normalmente se realizaban de forma presencial.

Durante el año 2020 desarrollamos actividades para promover un equilibrio entre la vida personal, laboral y profesional, integrando el apoyo de entidades nacionales con temas oportunos para nuestros colaboradores y sus familias.



Vivienda

Promovemos el bienestar de todos nuestros colaboradores Sodimac y sus familias, creamos espacios de información donde se exponen las diferentes opciones para comprar vivienda y alternativas de pago. Buscando mayor acceso a subsidios estatales y facilidades de créditos para apoyar el sueño de vivienda propia y digna.

El acompañamiento que brindamos a nuestros colaboradores busca ajustarse a sus necesidades y perfiles. Compartimos información y realizamos actividades virtuales de información.

Como plan de los beneficios que tenemos en Sodimac los colaboradores pueden acceder a un plan de préstamos para la compra de vivienda, durante el 2020 se entregaron 30 préstamos con un total de inversión de 3.896'082.476.

Vivienda



2019 68 Beneficiados
Inversión \$ 6.260.840.923

2020 30 Beneficiados
Inversión \$ 3.896.082.476

Educación

Somos conscientes de lo enriquecedor que es para el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores y sus familias la educación. Por ello, contamos con convenios con diferentes universidades con el objetivo de que nuestros colaboradores y su núcleo familiar primario obtengan descuentos en costos de matrícula de pregrado y posgrado.



2019 873 Beneficiados
Inversión \$ 1.471.311.938

2020 1.053 Beneficiados
Inversión \$ 1.227.506.603

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 promueven la consecución de logros como núcleo.

Durante el año 2020, lanzamos la convocatoria para los cursos de capacitación en oficios y emprendimiento para familiares de colaboradores. El primer semestre significó un reto importante porque una vez iniciados los cursos, algunos se atrasaron y otros se detuvieron por el

confinamiento obligatorio que impedía dictarlos de forma presencial. Finalmente, algunos de los cursos lograron adaptarse por parte de los aliados, para finalizarlos en el primer semestre de forma virtual.

La situación de pandemia abrió una oportunidad especial para el segundo semestre, pues los aliados migraron toda

su oferta a modalidad virtual, lo que nos dio la posibilidad de ampliar la convocatoria a nivel nacional.

Al final de año contamos con la participación de 113 familiares de colaboradores un aumento significativo con respecto a las 24 familias que participaron en el año 2019. Los programas incluyeron temas como:

-  Clase virtual de cocina para niños y niñas.
-  Modistería.
-  Adornos navideños.
-  Taller de parejas.
-  Taller de cuidado de piel y maquillaje.
-  Taller para adolescentes: Escuela de Youtubers.
-  Taller de tips para distribución equitativa de tareas del hogar.



Comunidad virtual: Emprendimientos Familias Sodimac

Sabiendo que la economía familiar fue uno de los aspectos más golpeados como consecuencia de la pandemia y que muchas personas optaron por la creación de nuevos negocios con sus seres queridos, reactivamos la comunidad Emprendimientos Familias Sodimac en Workplace. Esta comunidad busca ser una vitrina para que nuestros colaboradores den a conocer aquellos servicios o productos que venden y así generar una red colaborativa entre nuestra gente.

Marzo **2020** 96 Miembros Diciembre **2020** 605 Miembros



EmprendimientTALKS

MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES

Fecha: Octubre 8 de 2020
 Hora: 5PM
 Lugar: Zoom y Comunidad Emprendimientos Familias Sodimac en WP

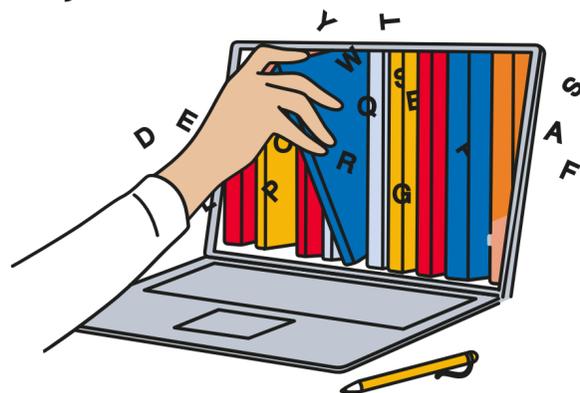
María Fernanda Builes
 Líder de cuenta de la agencia de Marketing Digital - SM Digital

SODIMAC corona

Adicionalmente, movilizamos campañas para dar tips a los emprendedores y generamos los "EmprendimientTALKS": una serie de charlas durante todo el mes de octubre, donde algunos gerentes Sodimac y expertos de universidades aliadas nos acompañaron con temáticas relevantes para los emprendedores.

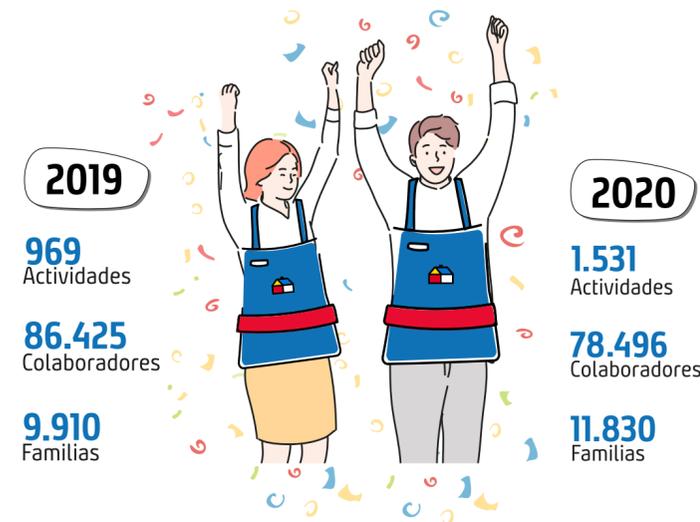
Alrededor de **100** colaboradores y familiares participantes en cursos de:

- No discriminación.
- Marketing digital.
- Propuesta de valor.
- Modelo de negocio.
- Desarrollo de app móviles.
- Programación.



Actividades de integración y celebración con nuestro equipo Sodimac y sus familias

Con el objetivo de aumentar la felicidad y mejorar la experiencia de nuestros colaboradores hemos realizado actividades de integración y celebraciones.



RETO Happy Hour

VIERNES 28 DE AGOSTO
 4:30PM
 VÍA TEAMS

¡EL PRÓXIMO #RETOHAPPYHOUR SE LO TOMARÁ LA MANADA SODIMAC!

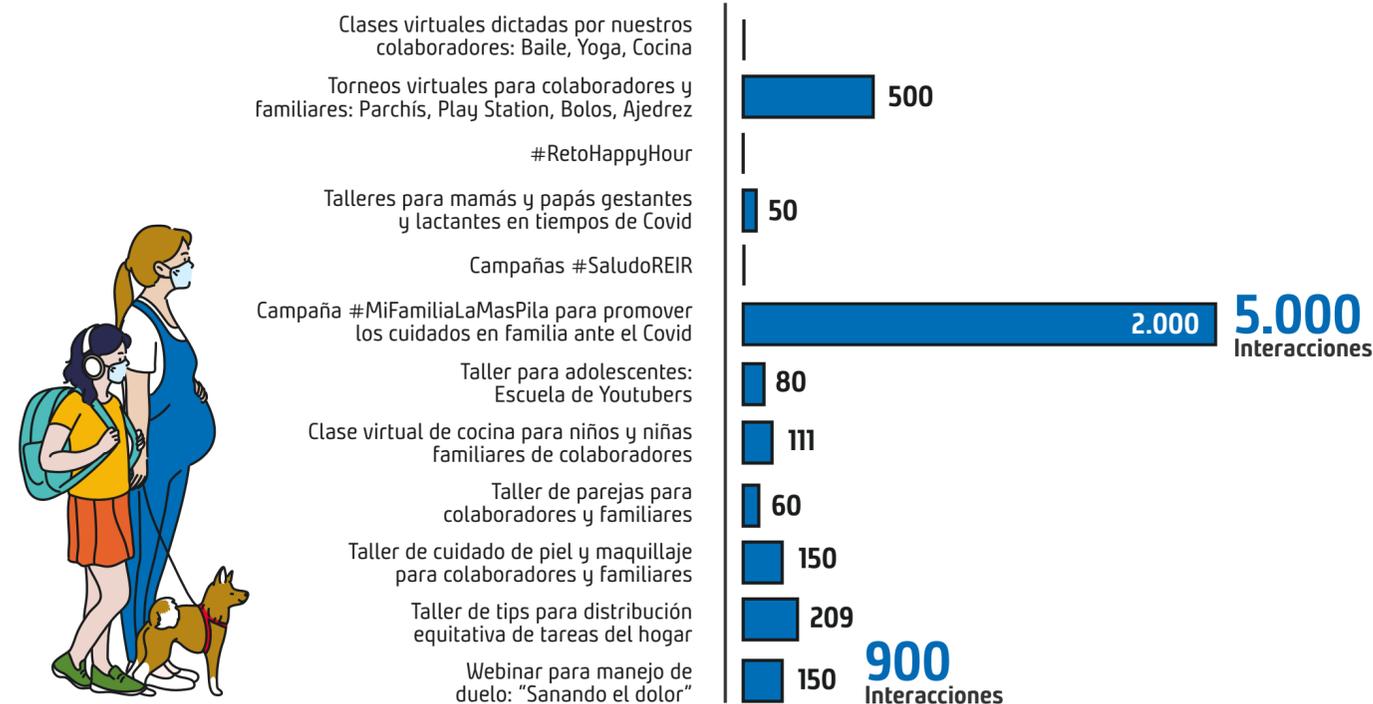
Si tienes mascota, quieres pasar un rato divertido de integración con otros compañeros y cerrar agosto con un espacio de dispersión, te esperamos en el #RetoHappyHour de este mes.

Tendremos también un veterinario invitado que nos dará tips rápidos de primeros auxilios en casa para tu mascota.

#LoQueNosUne SODIMAC corona

Actividad

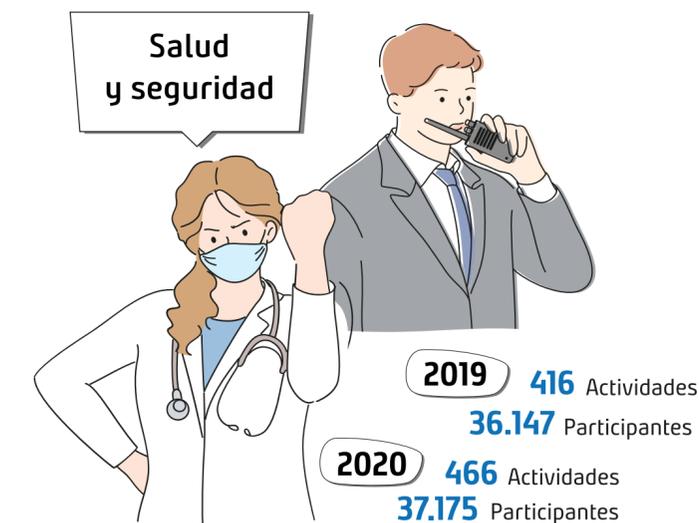
Participantes



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.

Como efecto de pandemia varias actividades se realizaron de manera virtual con el apoyo de los mismos colaboradores, dando clases o espacios en los que demostraban y compartían sus conocimientos y habilidades. Los talleres consistieron en:



En el 2020 para continuar promoviendo la salud física y emocional, durante el mes de noviembre desplegamos el "Mes del Bien-Estar" donde todas las semanas tuvimos talleres de diferentes temáticas, con alrededor de 70 asistentes.

- No discriminación.
- Pilates
- Mindfulness
- Ejercicios de Meditación y Respiración
- Cuidado del Sueño
- Hábitos de felicidad
- Stretching

Deportes y actividades de mejoramiento físico

Los desafíos de la pandemia, en especial, la distancia y virtualidad de nuestras actividades laborales, representó un gran desafío para realizar actividades deportivas, lo cual, redujo el número de actividades y colaboradores participantes para el año 2020.

Deportes

2019

117 Actividades
5.966 Participantes

2020

14 Actividades
314 Participantes



Parchís



Bolos



Play Station



Ajedrez



Vive + Vive Mejor

Buscamos facilitar la vida de nuestros colaboradores y trabajamos en alianza con nuestro aliado Albenture, empresa que por medio de nuestro programa Vive + Vive Mejor nos brinda asesoramiento en diferentes áreas como: legal, salud, psicológico, educación, vivienda, ocio, entre muchos otros. Los facilitadores son profesionales en cada área y tienen todo el conocimiento para responder oportuna y asertivamente las preguntas de nuestros colaboradores.

Se puede acceder al programa por medio de la línea de WhatsApp, la línea nacional, correo electrónico, en la Oficina de Apoyo a Tiendas en el área de Gestión Humana.

ASESORÍAS SIN COSTO

- 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

2019

37.520
Asesorías y servicios utilizados

145%
Crecimiento respecto al año anterior


2020

39.591
Asesorías y servicios utilizados

106%
Crecimiento respecto al año anterior

SERVICIOS ADICIONALES CON PRECIOS REDUCIDOS

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

La psicóloga Sol

Conscientes de los nuevos desafíos para los colaboradores debido al cambio drástico de estilo de vida y dificultades que se pueden presentar en el proceso de adaptación a la nueva normalidad, creamos a Sol. Quien nació durante los primeros meses de pandemia como una respuesta inicial al confinamiento. Ofreciendo apoyo emocional y psicológico de manera virtual a todos los colaboradores de la compañía, 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.
 - Secretaría Distrital de Salud.

Hola, soy Sol la Psicóloga que te acompañará en el programa...

Juntos desde CASA



Tips de Apoyo Psicológico para familiares y amigos

Beneficios sociales

Deseamos contribuir de manera integral al desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores y sus familias, por ello, hemos creado un plan de beneficios para la familia Sodimac donde 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.



2019 48.020 Beneficiarios
\$36.400.155.217 Total inversión

2020 43.203 Actividades
\$34.732.721.450 Total inversión

ENCAMINADOS A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DEL COLABORADOR

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

ENCAMINADOS A LA INVERSIÓN

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

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.

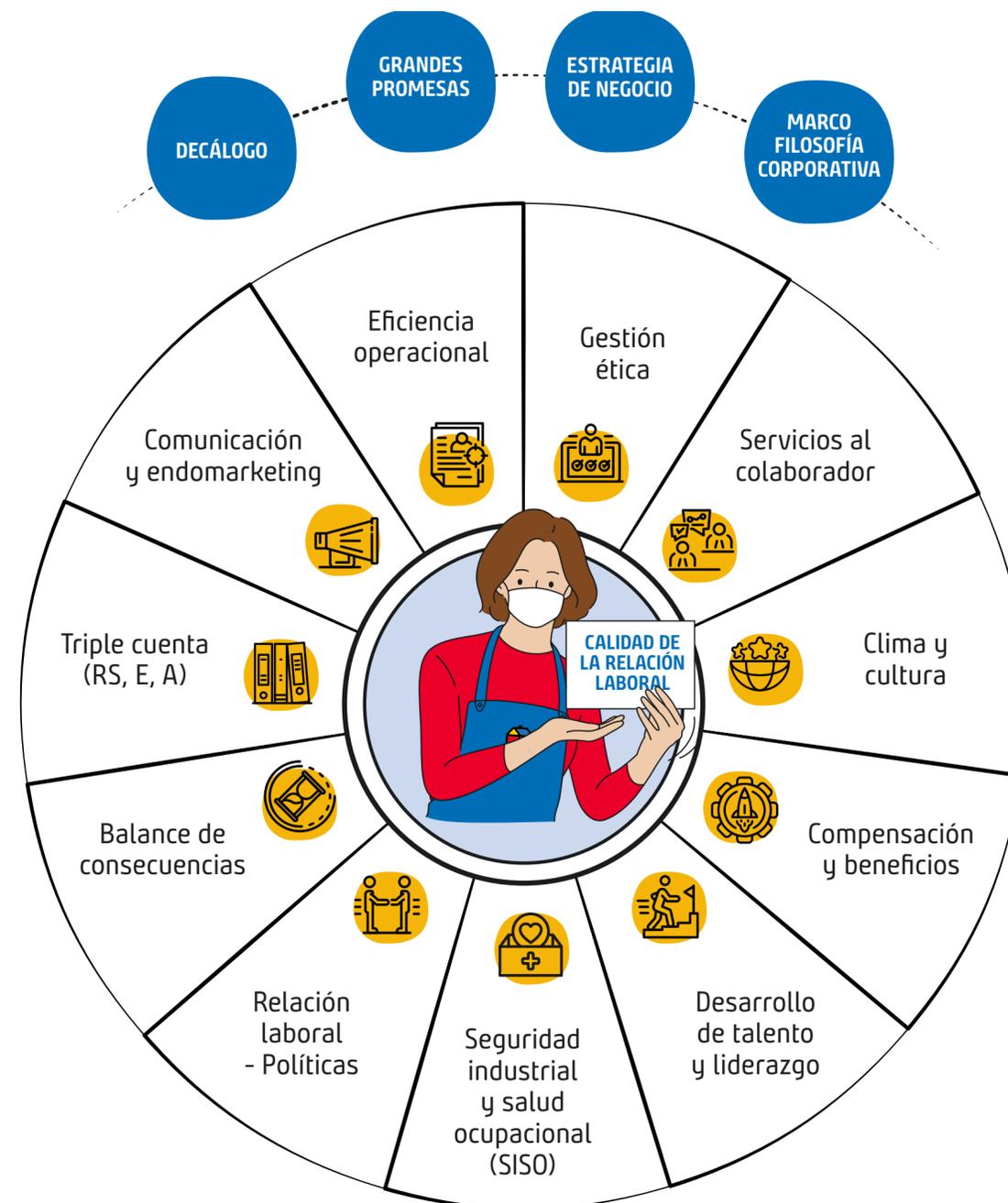
DE BIENESTAR Y SALUD

- 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.

Cómo se construyen las relaciones laborales Sodimac



Garantizamos una organización exitosa y sostenible.

Personas comprometidas, dignificadas y sanas que dan su máximo esfuerzo; que sienten como propia la compañía y que se sienten realizadas como personas.



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  Propondemos 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

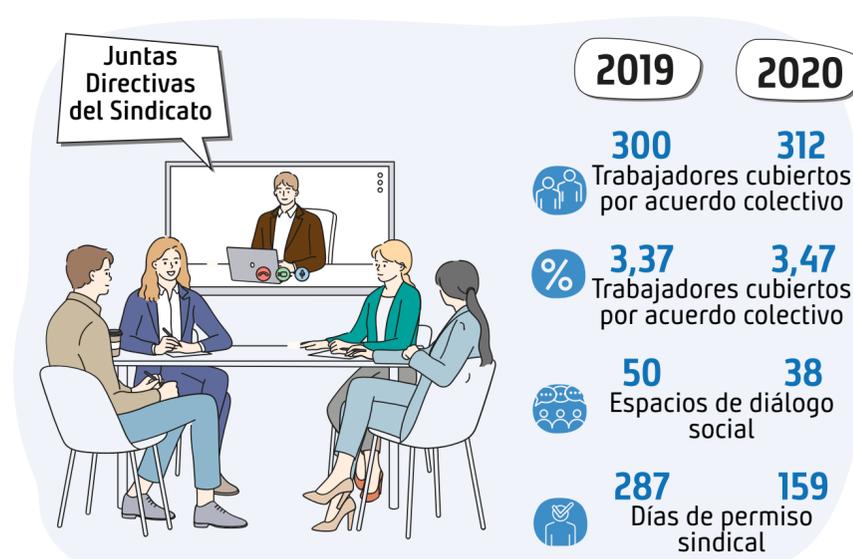
Mantener un ambiente sano y seguro en nuestros centros de trabajo es esencial, por lo cual hemos consolidado dos comités enfocados en el aseguramiento del Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo:

- El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST): está conformado por ocho representantes de la compañía y ocho representantes de los colaboradores. 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".

Durante el 2020, llevamos a cabo reuniones con la Junta Directiva del Sindicato para generar soluciones conjuntas y otorgamos 38 espacios de diálogo social en los centros de trabajo donde fueron solicitados.



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

Comprometidos con nuestra declaración "Nos Comprometemos a Cuidarnos", continuamos avanzando en la implementación y mantenimiento del nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, con el cual buscamos garantizar el mejoramiento en la calidad de vida de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y contratistas, generando un ambiente seguro mediante acciones enfocadas en condiciones, procesos y/o actos seguros.

A través de nuestro 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 establece 4 objetivos conforme a los pilares y peligros significativos de Sodimac Colombia:

OBJETIVOS SISTEMA DE GESTIÓN SST

- 1 Reducir los índices de accidentalidad.
- 2 Reducir de los índices de incidencia de Enfermedad Laboral por lesiones osteomusculares.
- 3 Contar con un proyecto de formación Seguridad y Salud en el Trabajo.
- 4 Forjar una cultura del autocuidado apalancados en la transformación digital.



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.

Destacamos que en 2020 se presentó una reducción en los resultados de las tasas de accidentalidad comparado con el año 2019, evidenciando una disminución del 9,8% en la tasa de frecuencia y 14,3% en la tasa de severidad.

Dada la situación presentada en 2020 por la pandemia, la compañía diseñó e implementó en todos los centros de trabajo un modelo de gestión integral para el manejo de Covid-19. Dentro de las diferentes estrategias se estructuró un Protocolo de Bioseguridad con más de 60 anexos tanto generales como algunos aplicables a operaciones específicas de la compañía, el cual fue aprobado por la Administradora de Riesgos Laborales, que 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, terceros, colaboradores y sus familias.

Como parte de la estrategia de implementación del modelo Covid-19, se tomaron diferentes medidas para realizar el seguimiento obteniendo las siguientes cifras:

Cifras gestión Covid-19

66 anexos
Protocolo Bioseguridad Aprobado por ARL.

154
Reportes de Condiciones, Procesos y Actos inseguros de Bioseguridad.

1.370
Pruebas COVID-19

95 %
Cumplimiento Auditoría Audilimited en procesos de bioseguridad.

Aumento del **15% al 70%**
Cobertura Bot Dra Tati reportar condiciones de salud de colaboradores.

97%
Cumplimiento Plan Dra. SOL para acompañamiento psicológico en medio de pandemia.

2.000
Colaboradores y familiares Campaña #MiFamiliaLaMasPila (cuidados ante el Covid).

+5.500
Interacciones en Workplace de Facebook.

1.386 Reporte Casos a EPS

102 Reporte Casos a Alcaldía Bogotá

31 Atenciones primeros auxilios psicológicos ARL



GESTIÓN COVID-19: CAMPAÑAS INTERNAS DE AUTOCUIDADO

#Juntos NosCuidamos
Hashtag más usado y movilizado compañía en el año.

Alto nivel de compromiso por parte de los colaboradores con un **20.23** (el promedio compañía es 13).



Comprometidos con los objetivos de la compañía en materia de transformación digital, desde Seguridad y Salud continuamos trabajando con herramientas digitales, como: ISOTOOLS para administrar eficientemente el Sistema de Gestión, según los estándares establecidos en la normatividad vigente. Favoreciendo la conservación documental, automatización de procesos, así como mayor accesibilidad a la información. Así como QLIK, una plataforma web por medio de la cual se gestionan datos y temas como: accidentalidad, ausentismo, balance de consecuencias, hallazgos y reporte de condiciones, procesos y actos inseguros, de manera interactiva y dinámica.

Más aún, seguimos manteniendo la estrategia de sensibilización denominada la Liga del Cuidado, la cual hemos posicionado en nuestro ambiente de trabajo colaborativo digital -Workplace-, como herramienta de trabajo para motivar la participación por parte de nuestros colaboradores de manera divertida y cercana.

Específicamente en temas de prevención de Covid-19, implementamos mensajes que generaran recordación y nos permitieran fortalecer el mensaje del cuidado en las publicaciones de Workplace. Mensajes como: #Juntosprevenimos, #Juntosnoscuidamos, #Pontepilas.

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 1.002 personas capacitadas en éstos espacios.

Unos de los retos de la compañía es la acreditación de nuestro Sistema de gestión SST por parte del Ministerio de Trabajo, 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: 425 socios especialistas.
- Feria de capacitación virtual: 805 participantes en temas de Seguridad: Sus Manos Una herramienta Irreemplazable y Bioseguridad en obra-trabajadores de la Construcción.
- Otras Capacitaciones Virtuales en Bioseguridad: 2.261 asistentes.

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

Comprometidos a cuidarnos y a trabajar para ser cada día mejores

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 2020.

Miguel Pardo Brigard
Gerente General Sodimac Colombia S.A.

PO-SST-001 Revisión 7

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 o terceros. En este sentido, hemos desarrollado diferentes programas dentro de los cuales se destaca la gestión de peligros sig-



Mecánico



Químico



Almacenamiento



Alturas



Eléctrico



Vial



Contratistas



Psicosocial



Biomecánico



Biológico - Covid19



Espacios confinados

Peligro químico

En cuanto a peligro químico, en 2020 construimos 10 protocolos de limpieza y desinfección de mercancías y áreas, para la prevención del Covid-19. Adicionalmente, realizamos la revisión de más de 20 proveedores para la selección de sustancias desinfectantes autorizadas en la implementación de los protocolos.

Por otra parte, instalamos 37 nuevos sistemas inyección de aire en los centros de corte y dimensionado con el obje-

nificativos, los reportes de condiciones, procesos o actos inseguros, la Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial, la cual nos permite formar a nuestro equipo Sodimac en alturas para prevenir riesgos y la Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo, un espacio de formación virtual para nuestros colaboradores en temas relevantes.



tivo de prevenir contaminaciones por sustancias químicas. Por último, trabajamos para garantizar que los productos con algún riesgo químico contaran con toda la información de seguridad y emergencia como requisito para ser proveedores de Sodimac.

Peligro eléctrico

En el 2020 realizamos la aplicación de termografías en todos los centros de trabajo para evaluar el peligro eléctrico y generar planes de prevención. Así como concesio-

nes y mantenimiento de instalaciones, equipos y máquinas críticas, más espacios de formación al personal de mantenimiento. Adicionalmente, realizamos la evaluación de cumplimiento normativo para validar la implementación de los lineamientos de la Resolución 5018 de 2019, que establece los lineamientos en temas de peligro eléctrico.

Peligro mecánico

Construimos 8 protocolos de seguridad para máquinas de centro de corte y dimensionado. Como parte del proceso de transformación digital diseñamos un simulador de operación segura de 4 máquinas de corte de manera virtual. También, realizamos la formación de 25 líderes de seguridad y salud en el trabajo en la operación segura de puente grúas.

Peligro vial

Con el objetivo de reducir riesgos en temas de transporte de mercancía, realizamos la formación teórico-práctica en realidad virtual del simulador montacargas alcanzando

do al cierre del año un total de 140 operadores de montacargas en formación práctica y 190 en formación teórica con una cobertura de 8 centros de trabajo. Además, continuamos con la ejecución de los exámenes psicosenométricos para garantizar la aptitud de los colaboradores 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, especialmente en 8 centros de trabajo y en la estantería crítica. Además, realizamos el acompañamiento en la gestión del cambio para la ampliación de la capacidad de almacenamiento en nuestro Centro de Distribución de Tenjo.

Riesgo Biológico por Covid19

Diseñamos e implementamos diferentes medidas de intervención para la gestión, prevención y manejo del Covid19 al interior de la compañía.

PROGRAMAS DE AUTOCUIDADO PARA TRABAJO EN CASA

@Workplace

- Realizamos estudio de necesidades para retorno a trabajo presencial a oficina de Apoyo a Tiendas.
- Desarrollamos 47 asesorías ergonómicas de Trabajo en Casa Colaboradores.
- Realizamos Stop Saludable virtual por Workplace para trabajo en casa (Promedio 670 personas/mes).
- Elaboramos protocolos de bioseguridad para retorno a las oficinas.



9.322 Colaboradores Formados Protocolos COVID-19

8.411 Personas en Prevención COVID-19

577 Personas de OAT y CallCenter

334 Personas de Centro de Distribución



Próximo Lanzamiento Curso: Trabajo en Casa



Señalización de bioseguridad

contingencia sanitaria por Covid-19

Elaboramos el manual de señalización en todos los centros de trabajo.



Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo

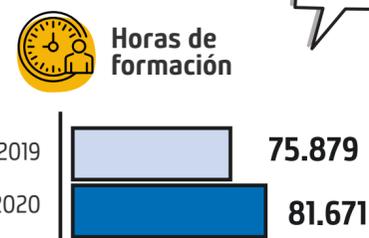
Cumpliendo con nuestro objetivo del proyecto de formación se implementó la escuela de seguridad y salud en el trabajo con el enfoque en transformación digital. Al cierre de 2020 contamos con los siguientes resultados:

Enfoque Escuela SST 2020

3 Líneas de formación definidas Malla curricular SST:

- Requisitos Legales
- Peligros significativos
- Liderazgo en Seguridad y Salud en el Trabajo

LOGROS 2020



↑ 8% 2020 vs 2019

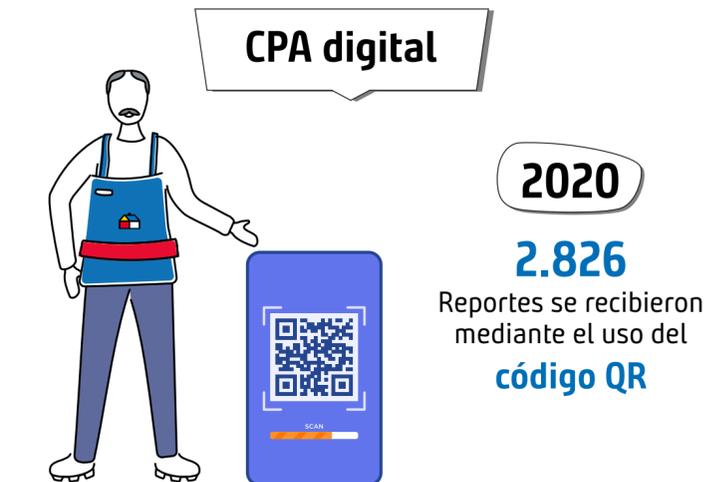
RETOS 2021

Implementar cursos sobre los peligros significativos según diferentes cargos, roles, prioridades de la compañía.



Estrategias de reporte preventivo

Durante el 2020 continuamos trabajando en la estrategia para el reporte de condiciones, Procesos o Actos Inseguros, CPA digital. Ahí podemos de manera automática e inmediata tomar registro fotográfico y reportar condiciones inseguras. Una vez registrada una situación, se envía al centro de trabajo en donde se identifica la falla y posteriormente, en cada centro de trabajo, el líder de seguridad y salud, genera las alertas y respectivas gestiones con su equipo para el cierre de los hallazgos.

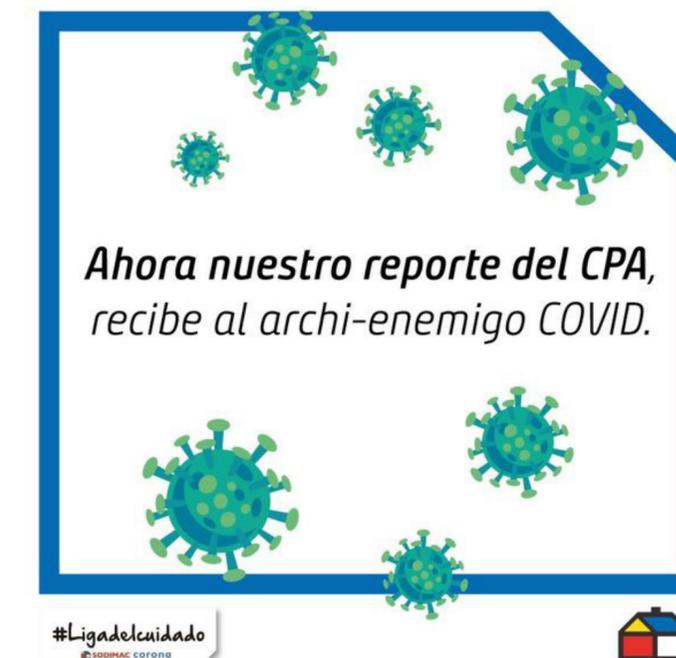


Ventajas:

- 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 o terceros: Esta herramienta busca involucrar e incentivar a tanto a colaboradores como a terceros (proveedores, contratistas, y clientes).

Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial UVAE

Continuamos con la operación de la Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial (UVAE) para entrenamiento de trabajo en alturas con los siguientes resultados: En 2020 contamos con 5 UVAE en las ciudades de Cali, Medellín, Barranquilla, Bogotá y Funza.



Gestión de Amenazas

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

Incluimos el plan de emergencias familiar al simulacro de autoprotección, con el fin de que los colaboradores realicen los preparativos para reducir los riesgos que pueden 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 2020 participamos en el primer simulacro nacional de autoprotección, con el fin de preparar y concientizar a los colaboradores y visitantes de los centros de trabajo en cómo protegerse ante una emergencia. En la jornada participaron 2.740 personas, incluidos colaboradores, clientes, contratistas y mercaderistas.

Simulacro nacional de autoprotección



Participantes

- 1.638 Colaboradores
- 474 Clientes
- 292 Contratistas
- 336 Mercaderistas
- 2.740 Total participantes

Brigada de emergencias

Contamos con un grupo de colaboradores voluntarios, 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 2020, de manera virtual capacitamos en temas asociados a primeros auxilios (367 brigadistas), control de incendios (302 brigadistas), atención de emergencias (375 integrantes Comité de Emergencias).

Brigada de emergencias

2020

697

Brigadistas activos



SIEMPRE
ALERTA
NUNCA INALERTA

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 colaboradores. 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, se diseñó 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 colaboradores. Como parte de la estrategia para la reducción de la accidentalidad realizamos 7 tutoriales para la prevención de lesiones osteomusculares contando con 361 colaboradores formados. Adicionalmente, se actualizó la matriz de peligros con las nuevas modalidades por contingencia de Covid-19.

Riesgos psicosociales:

Logros 2020

Aplicación batería Riesgo Psicosocial #LoQueNosUne



500

Participantes

Torneos virtuales para colaboradores y familiares (Parchís, Play Station, bolos, ajedrez).



50

Participantes

Talleres para mamás y papás gestantes y lactantes en tiempos de Covid.

Bienestar Financiero



1.685

Colaboradores Inscritos Alventure

Promoviendo el emprendimiento familiar



605

Miembros

Comunidad virtual Emprendimientos Familias Sodimac.



605

Familiares

Programa de emprendimiento y capacitación para familiares de colaboradores.

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.

Stop Saludable



87.570

Participaciones



Conexión Mamás SODIMAC

135

Colaboradoras y esposas de colaboradores

Calidad de Vida Colaboradores y Familiares



900

150

Reproducciones del video

Miembros



111

Miembros

Webinar "Sanando el dolor"



209

Interacciones

Taller de tips distribución equitativa de tareas del hogar.



80

Miembros

Taller para adolescentes: Escuela de Youtubers.



60

Miembros

Taller de parejas



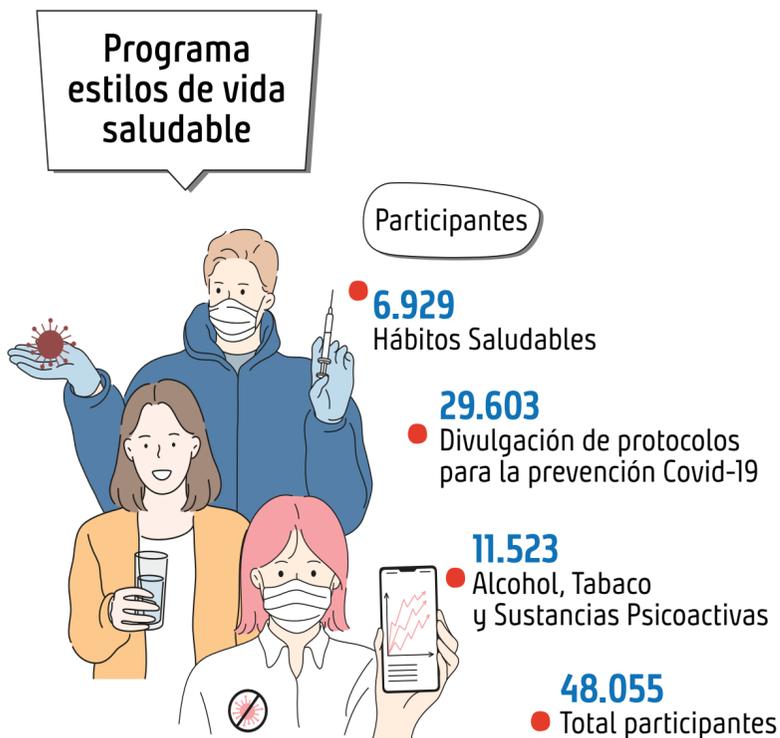
150

Miembros

Taller cuidado de piel y maquillaje.

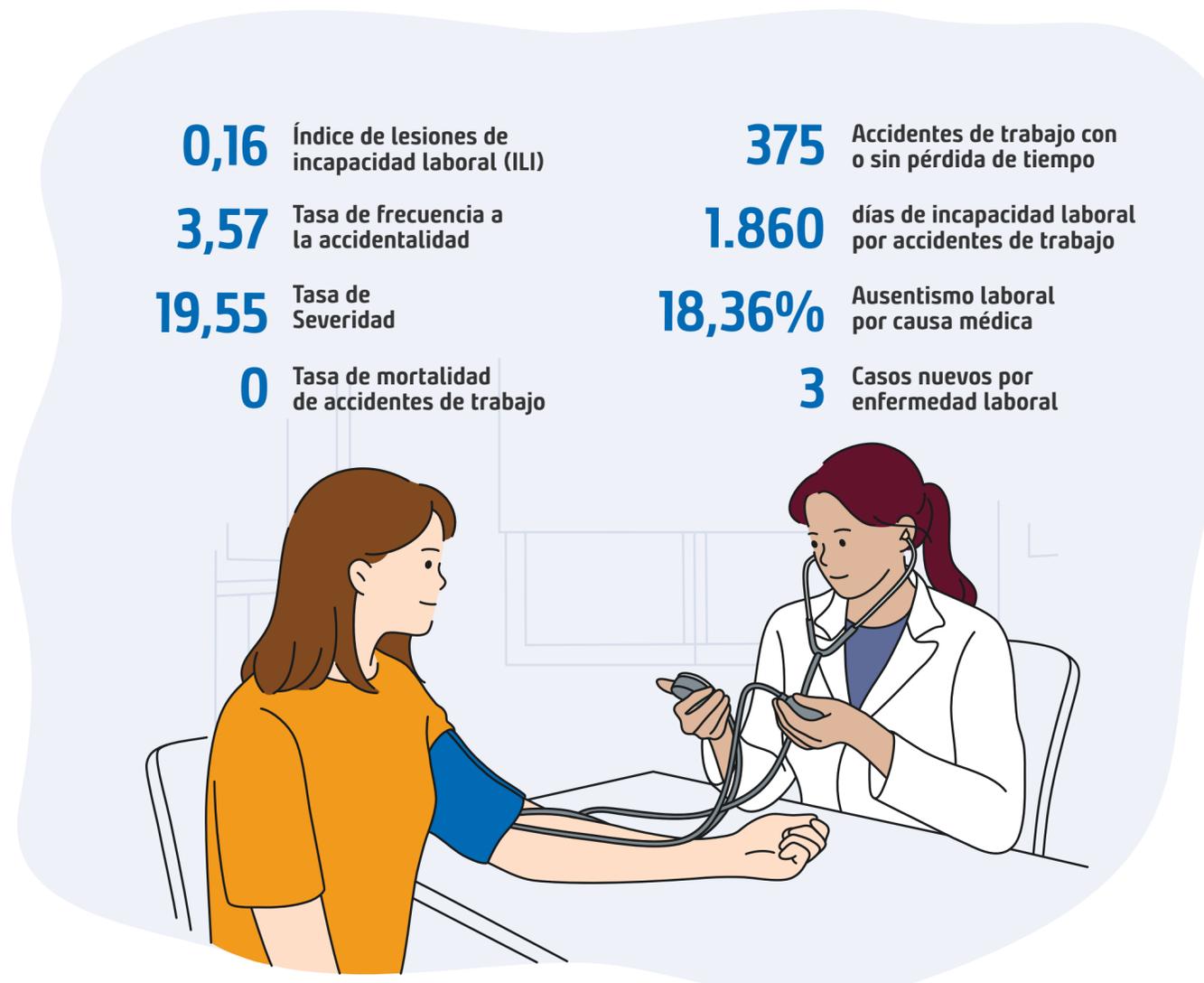
Programa estilos de vida saludable

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



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.



Auditoría interna y externa

Durante el año 2020 como parte de nuestro programa anual se ejecutaron 14 auditorías internas en nuestros centros de trabajo, obteniendo en promedio un 85% 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**
34 centros de trabajo auditados con 93% promedio de cumplimiento.
- **Secretarías de salud**
30 visitas a centros de trabajo.
- **Ministerio de Trabajo**
3 requerimientos laborales tramitados.



Seguimos comprometidos con nuestros contratistas. Por esta razón, compartimos con ellos 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 2020

formamos a 15.252 personas asociadas a las empresas contratistas con un total de 30.504 horas. Adicionalmente, se dio alcance a todos nuestros contratistas y terceros en el protocolo de bioseguridad de prevención de Covid-19.

¿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 contribuyen al progreso, crecimiento y desarrollo de un mejor país para todos.

La situación atípica que vivimos a nivel internacional, ha traído importantes y múltiples retos. En especial, en aspectos económicos y sociales, que han afectado profundamente a las comunidades más vulnerables de nuestro país. Por esta razón, pensando en la salud, bienestar y calidad de vida de aquellos que más nos necesitan, durante el 2020, nos reinventamos e impulsamos programas digitales para atender las necesidades inmediatas de este grupo de interés y así mitigar los impactos causados por el Covid-19.



Mejoramiento del hábitat

En medio de un año retador, en el que enfrentamos límites para desarrollar nuestros programas sociales de manera presencial, nos reinventamos y le apostamos a realizarlos virtualmente. Para lograrlo, 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, en las comunidades aledañas a nuestros centros de trabajo. La cual responde a nuestro propósito de compañía: "Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar".

El "Mejoramiento del hábitat", contiene además la visión y el propósito de conservar relaciones a largo plazo y de valor compartido con la comunidad, a través de la identificación y el seguimiento de los riesgos e im-

pactos en nuestra cadena de valor y las operaciones de nuestro negocio, alineando las expectativas y necesidades de nuestros grupos de interés para responder con certeza a aquellas necesidades y expectativas de las comunidades.

Resaltamos orgullosos, que para el 2020, hemos logrado darle un giro a nuestros programas y hemos sacado provecho de la transformación digital para llegar a otros públicos. Para el 2021 esperamos poder retomar aquellos proyectos que no pudimos realizar durante este año en temas de mejoramiento de hábitat y seguir fortaleciendo nuestros procesos de manera virtual.

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 nuestros colaboradores en el progreso económico, social y ambiental a nivel local. Promovemos empleos dignos e inclusivos siguiendo la normatividad vigente a nivel nacional y ofreciendo beneficios extra legales que nos permiten motivar y generar sentido de pertenencia en nuestros colaboradores. 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 con empleados locales al menos el 75% de los trabajadores en nuestros centros de trabajo evitando la discriminación y ofreciendo entornos adecuados para el crecimiento personal y profesional de la familia Sodimac. 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 2020 no tuvimos aperturas de nuevas tiendas y tuvimos una coyuntura de pandemia. Esta situación nos llevó a detener los procesos de selección en la compañía. No obstante, esperamos reanudar los procesos en 2021 y poder 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 Responsabilidad 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.

Programas e iniciativas del Mejoramiento del Hábitat



Empleabilidad local



Capacitación a población vulnerable



Donaciones de dinero y especie



Donación de vueltas de nuestros clientes



SOS Solidario



Relacionamiento con comunidades en aperturas



Soy Voluntario Sodimac



Durante el año 2020 superamos los desafíos del modelo de educación virtual, especialmente cuando hablamos en el contexto de una población que carece en su mayoría de las herramientas, dispositivos y conectividad adecuadas que permiten facilitar la comunicación remota. En un esfuerzo mancomunado con nuestros aliados, logramos que durante el año continuáramos trabajando con población vulnerable a través de capacitaciones virtuales y aumentando el número de beneficiarios con el apoyo de la Fundación Catalina Muñoz y la Fundación Aeiotú en temas relacionados con el core de nuestro negocio en alianza con nuestra marca Constructor y el Circulo de Especialistas. El reto a 2021 será aumentar el impacto de los espacios de capacitación, generar más alianzas estratégicas y otorgar oportunidades de conocimiento a 50 personas en Colombia.

Capacitación a población vulnerable



- Carpintería
- Electricidad
- Temas de construcción

2019

80
Beneficiados

2020

338
Beneficiados

Donaciones en dinero y en especie

En especie

2019

272

Fundaciones beneficiadas

\$ 2.465.000.000

Valor donación

2020

23

Fundaciones beneficiadas

\$ 226.293.939

Valor donación



En dinero

2019

\$ 350.000.000

2020

\$ 434.360.467

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. Las donaciones en dinero están dirigidas a proyectos sociales para el fortalecimiento de la educación, la inclusión, el desarrollo comunitario y el emprendimiento, mientras que 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.

Debido a la emergencia sanitaria mundial, el programa estuvo inactivo durante 3 meses del año (entre marzo y mayo). Durante este tiempo, nos concentramos en la elaboración de protocolos de bioseguridad para que a partir del segundo semestre del año reactiváramos el proceso paulatinamente, de acuerdo a los lineamientos de las autoridades locales. Esto por supuesto impidió que alcanzáramos la meta de donaciones en especie para el año 2020. Sin embargo, gracias al esfuerzo conjunto de toda la familia Sodimac, logramos aportar una suma considerable de donaciones de dinero, alentados por ayudar programas sociales para disminuir las emergencias y dificultades que el Covid-19 generó a nivel nacional. En los siguientes apartados, les contamos cada una de las iniciativas.



SOS Solidario

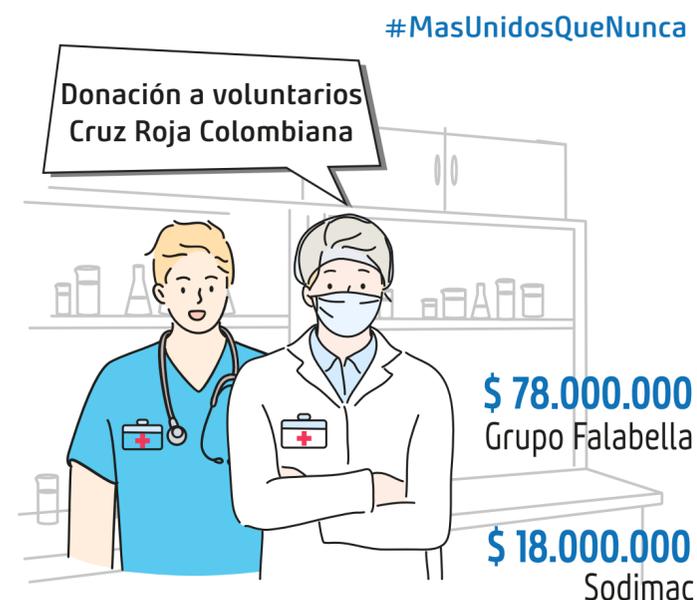
Preocupados por el bienestar y las necesidades que se generan en las comunidades más vulnerables y cercanas a nuestra área de influencia, apoyamos y atendemos con nuestros recursos, en dinero o en especie, emergencias sociales y naturales que requieren acompañamiento a nivel nacional e internacional.

Durante el año 2020, participamos en dos grandes campañas de solidaridad donde recaudamos fondos y contribuimos activamente a solucionar necesidades inmediatas generadas por la crisis sanitaria mundial y otra emergencia causada por una ola invernal que afectó a muchas personas en algunas partes del país. Las mencionamos en adelante y puntualizamos el impacto de cada una.

#MasUnidosQueNunca

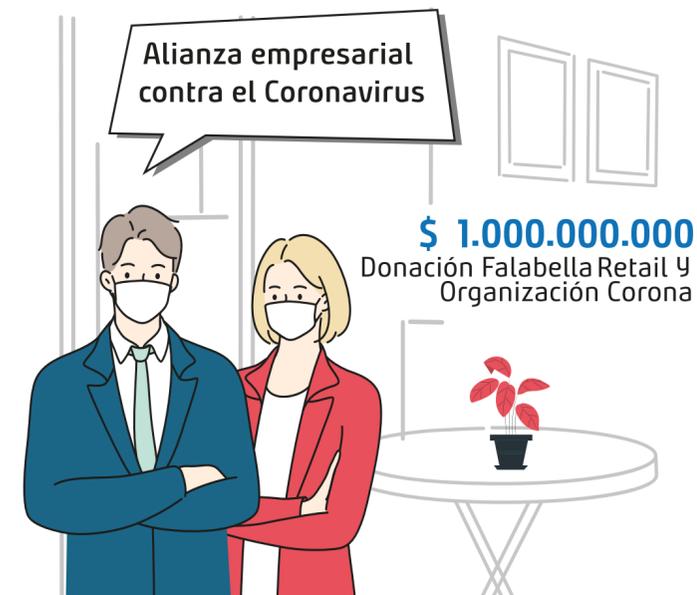
Como sociedad no estábamos preparados para afrontar el escenario de una pandemia masiva que colocará en riesgo la vida de toda la población. Esta situación atípica nos sorprendió a nivel personal, familiar y profesional. El virus Covid-19 ha puesto a prueba nuestra capacidad como humanidad para adaptarnos a los desafíos del entorno, desestabilizando la red de empresas, instituciones y organismos gubernamentales que hemos definido como sociedad y que determinan día a día la forma en la que vivimos. En Sodimac somos conscientes de estas consecuencias y por eso de manera conjunta con otras empresas aliadas para recaudar fondos y generar tres acciones puntuales:

1. Junto con empresas del Grupo Falabella y sus colaboradores (Linio, Mall Plaza, Seguros Falabella y Banco Falabella) nos reunimos para recaudar fondos y comprar elementos de protección personal a equipo médico y voluntarios de la Cruz Roja Colombiana. Esta iniciativa contribuyó al cuidado de los colaboradores de la salud a nivel nacional que han sido nuestros héroes arriesgando su salud diariamente por cuidarnos durante el tiempo de la pandemia.



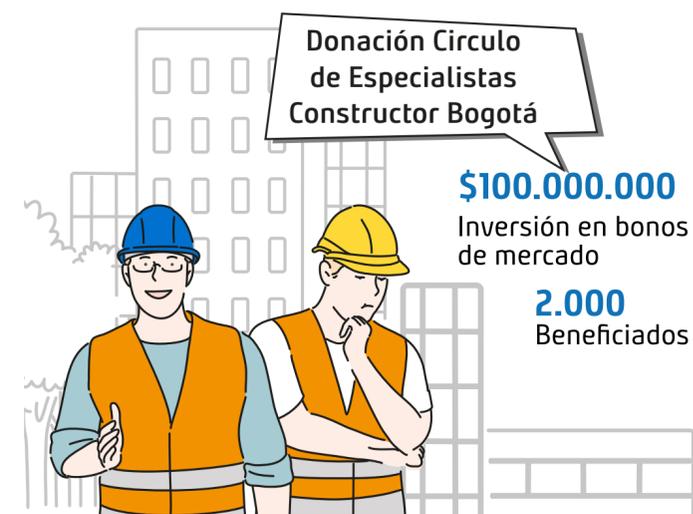
2. Para asegurar que la región y la ciudad de Bogotá contara con los recursos necesarios para atender la crisis, se creó la Alianza Empresarial contra el Coronavirus buscando articular los esfuerzos de distintas empresas del sector privado con el único objetivo de fortalecer los servicios de atención de salud. En este contexto nos unimos con Falabella Retail y Organización Corona para donar 1.000 millones de pesos para aumentar las Unidades de Cuidados Intensivos y así mejorar la capacidad hospitalaria de Bogotá.

#MasUnidosQueNunca



3. Debido al periodo de aislamiento y cese de actividades en varios sectores del país los ingresos de muchas personas se vieron afectados por la pandemia, especialmente para el sector de la construcción la crisis sanitaria un cierre repentinamente e indefinido para ese entonces de sus actividades económicas de acuerdo con las directrices de las autoridades locales. Conscientes de la situación brindamos apoyo a más de 2.000 trabajadores de la construcción, afiliados al Circulo de Especialistas de nuestra marca Constructor en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, por medio de bonos de mercado. Buscando con esta donación hacer más llevadero este tiempo de aislamiento en casa.

#MasUnidosQueNunca



Todos unidos por Colombia

Durante el año 2020 varios países de Centroamérica y Suramérica fueron afectados por el paso del Huracán Iota, un poderoso ciclón que impactó en el Atlántico, causando grandes daños en más de 6 países. Aunque el huracán no impactó de manera directa en territorio colombiano, se acercó demasiado a las islas de San Andrés y Providencia, generando olas de más de seis metros sobre el nivel del mar y creando fuertes vientos y ráfagas de agua, lluvia y tierra.

El Huracán afectó la infraestructura de la isla, especialmente en casas e instituciones públicas. Para apoyar a la reconstrucción de la isla y asegurar el bienestar de los habitantes, varias instituciones, empresas y entes gubernamentales desplazaron ayudas hacia la isla. Como empresa movilizamos una campaña denominada **Todos Unidos por Colombia** con el fin de recaudar fondos y canalizar la ayuda a través de la alianza con la Cruz Roja Colombiana.



\$ 75.028.548

Donación a San Andrés y Providencia Huracán Iota

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 de 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, una organización que se dedica al mejoramiento de viviendas, implementación de la estrategia vivienda saludable, dignificación de la vida de poblaciones vulnerables en el país, entre otras iniciativas que promueven una intervención integral a la comunidad después del proceso de construcción y de esta manera fomentar el desarrollo y progreso de los beneficiarios.

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.

Respondiendo a las limitaciones impuestas por la crisis sanitaria del COVID 19, todos los proyectos de mejoramiento y construcción en espacios comunes han sido suspendidos, con la meta de retomarlos para el año 2021.

#MasUnidosQueNunca



‘Soy Voluntario Sodimac’

Buscamos involucrar a los colaboradores 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 de responsabilidad y respeto donde la solidaridad hace parte de nuestra forma de ser.

Dichas actividades son un espacio que generamos con el propósito de contribuir a la sociedad e incentivar en nuestros colaboradores el liderazgo, el sentido social y el trabajo en equipo.

La situación atípica del 2020 nos impulsó a reinvertirnos y adaptar nuestro modelo de voluntariado presencial para abarcar también un apoyo y acompañamiento a instituciones sin ánimo de lucro de manera remota. Previo a esta coyuntura, durante los primeros meses del 2020, logramos desarrollar tres proyectos de manera presencial, que presentamos a continuación.

Mejoramiento escuela Marco Fidel Suarez

Enmarcado en nuestra directriz estratégica de Mejoramiento del Hábitat logramos hacer una intervención en la Escuela Marco Fidel Suarez del Corregimiento Zabaleta en Andalucía, Valle. Gracias a la articulación de voluntarios, recursos e instituciones del municipio del Tuluá. Hoy los niños de esta Escuela gozan de un mejor espacio para su formación y desarrollo.

Transformación de la vida de Amanda

Sodimac y nuestras marcas Homecenter y Constructor nos unimos alineados con nuestra razón de ser: Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar. Junto con la Fundación Catalina Muñoz, la W radio y las manos de nuestros voluntarios transformamos la realidad de Amanda y su familia.

Un proyecto en el cual hicimos una intervención integral en su vivienda, debido a que su casa desafortunadamente se derrumbó en época de invierno. Pero, gracias al esfuerzo y trabajo realizado durante tres meses en el mes de marzo entregamos a Amanda y su familia una casa remodelada y segura.



Voluntariado 2020:

Horas donadas: 208

Número de voluntarios(as): 36

Número de beneficiarios(as): 4.029

San Antonio Norte

En el marco del primer voluntariado digital del año 2020, realizamos una iniciativa para intervenir en el parque San Antonio Norte en Bogotá, con una jornada de 6 horas logramos junto con la Fundación Botellas de Amor y la Fundación Catalina Muñoz, mejorando el mobiliario y atracciones, construidos en madera plástica a partir de botellas recicladas. Utilizando un total de 60 toneladas de plástico. Esa es la manera como juntos seguimos construyendo sueños y proyectos sostenibles para todos contribuyendo al Mejoramiento del Hábitat.

Soy Voluntario Digital

Durante la crisis sanitaria por el Covid-19 suspendimos todas las actividades del programa Soy Voluntario Sodimac, con el objetivo de velar por el cuidado de la salud y bienestar de los voluntarios. Adaptándonos a las nuevas circunstancias y reconociendo que las necesidades de las fundaciones sin ánimo de lucro y sus beneficiarios, estaban pasando por un momento donde la ayuda y el acompañamiento fueron fundamentales para salir adelante en tiempos difíciles. Es por esto, que pensamos que el conocimiento y experiencia de los colaboradores de nuestra compañía podrían aportar de manera virtual al desarrollo de las entidades sociales.

Fue así, como nos reinventamos y creamos #SoyVoluntarioDigital. Una iniciativa que ha permitido que nuestros colaboradores aporten 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.

Con este programa, logramos conectar el talento de colaboradores Sodimac con las necesidades de entidades sin ánimo de lucro, para intercambiar conocimiento y solucionar sus necesidades. Para el año 2020 finalizamos nuestro primer voluntariado digital con una duración de tres meses. Debido al éxito de esta primera versión, hemos decidido que es un programa que ha nacido para quedarse y nuestro objetivo para el 2021 continuar desarrollándolo junto a más entidades y voluntarios.

Fundaciones participantes:

- Fundación Catalina Muñoz
- Fundación Amparo de Niñas
- Fundación Juventus
- Fundación Juanfe
- Fundación Be We
- Fundación Meepza
- Fundación Proyecto Unión
- Fundación Biblioseo
- Fundación Cerros de Cambio
- Fundación Aeiotu

Relacionamiento con comunidades en aperturas

Estamos comprometidos con las comunidades donde impactamos, 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.

A través del trabajo articulado de diferentes áreas de la compañía, los objetivos a cumplir estarán disponibles al momento de compartirlos con los grupos de interés. El relacionamiento con comunidades en aperturas va más allá del protocolo establecido, este programa pretende generar empleo para los habitantes del sector, realizar jornadas de voluntariado y otras acciones varias en pro del surgimiento de la comunidad, teniendo en cuenta sus necesidades.



Construyendo sueños

En el marco de nuestro foco estratégico denominado Mejoramiento del Hábitat, un espacio que construimos juntos para mejorar el entorno que nos rodea y tiene como objetivo generar un impacto positivo a nivel social, ambiental y económico en las comunidades cercanas a nuestra operación. Hemos definido realizar un proyecto integral que denominamos "Construyendo sueños", junto a la Fundación Catalina Muñoz. En el que deseamos intervenir el municipio de Puerto Colombia al noroccidente del departamento del Atlántico. Allí, se encuentran barrios de población vulnerable que presentan un porcentaje alto de necesidades básicas insatisfechas, entre las cuales se destaca la ausencia de vivienda digna. Durante 2020, realizamos el diagnóstico y el análisis de la forma de intervención. Además, identificamos las posibles intervenciones y los costos del proyecto.

En el 2021, esperamos desarrollar el proyecto y hacer realidad la transformación del barrio Vista Mar en Puerto Colombia, por medio de intervenciones comunitarias e infraestructura de diferente índole, que permitan mejorar la calidad de vida de 50 familias. A continuación, presentamos el proyecto principal de intervención.



#SOYVOLUNTARIODIGITAL



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 nuestra compañía de aportar al mejoramiento de los hogares colombianos y de los profesionales de la construcción y entendiendo cuáles son las necesidades de compra de cada uno de nuestros clientes.

El reto principal para el año 2020, fue la adaptación a las nuevas dinámicas de comunicación y de venta, generadas por el Covid-19. Por esta razón, fue esencial el desarrollo de estrategias digitales para brindarle a nuestros clientes una atención que respondiera a las nuevas necesidades. Durante y después del proceso de adaptación, hemos logrado gestionar proyectos, campañas publicitarias y hacer mejoras en nuestros canales de atención, los cuales se han traducido en una mejor experiencia de compra para nuestros clientes. A lo largo de este capítulo presentaremos los programas desarrollados durante el año.



Ética publicitaria

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 2020 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 a nuestros colaboradores 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.

En el año 2021 continuaremos trabajando para que la ética publicitaria sea fundamental en todos nuestros procesos de mercadeo y promoción de productos. Con respecto al manejo de los datos personales, elaboraremos campañas y documentos informativos para que nuestros clientes conozcan.



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

También, esperamos brindar capacitación y sensibilizaciones en gestión de la seguridad de la información y contar con mecanismos para que los colaboradores con acceso a información crítica sepan cuál es la política, los mecanismos de seguridad, se capaciten y minimicen los riesgos que se puedan presentar.

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.



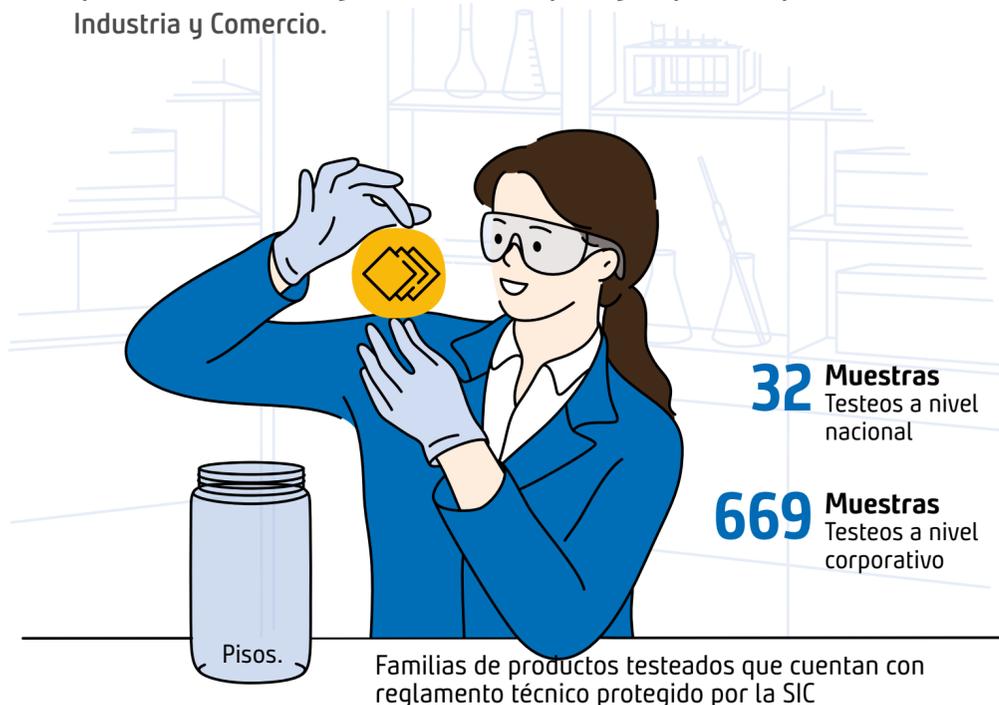
Fases del ciclo de vida de productos y servicios

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 2020 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.



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:



Producto nacional

Estado de la inspección

Aprobadas **18**
Rechazadas con despacho **6**
Rechazadas sin despacho **12**

Producto Asia

Inspecciones **2.848**
Proveedores inspeccionados **413**

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**

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.

A continuación, presentamos los riesgos que identificamos y gestionamos:

CATEGORÍA	RIESGOS GESTIONADOS
Car Center	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. Uso de sustancias químicas y otros limpiadores en el lavado.
Construcción	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. Construcción y Remodelación de tienda.
Recolección de materiales usados y/o reciclables	Recepción de bombillas y pilas. Recepción y cambio de llantas, baterías, aparatos eléctricos y electrónicos.
Almacenamiento de productos	Almacenamiento selectivo de residuos reciclables y peligrosos. Almacenamiento de combustibles líquidos. Almacenamiento selectivo de residuos ordinarios.
Venta y exhibición	Uso de bolsas plásticas, venta de productos. Exhibición y venta de sustancias químicas. Exhibición y venta de sustancias químicas. Preparación de pintura y mezclas de pintura (máquina de pinturas).
Uso de recursos no renovables	Muestreo de agua potable.

Para 2021 continuaremos gestionando adecuadamente estos riesgos, de forma que podamos prevenir cualquier impacto negativo sobre nuestros clientes, colaboradores y sobre el medio ambiente.

Reinvención gracias a la pandemia

En términos de calidad, logramos identificar oportunidades que nos permitían adaptarnos mejor al entorno que se vive. Por eso, implementamos proyectos nuevos que se dieron como reinvención al periodo de pandemia por Covid-19.

Auditoria de fábrica en formato digital

Creamos un modelo de auditoria de fábrica, sin tener que desplazarnos a las instalaciones de los proveedores. Desarrollamos toda la metodología de evaluación de manera virtual, 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 aún en tiempos de pandemia por el Covid-19.

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 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.

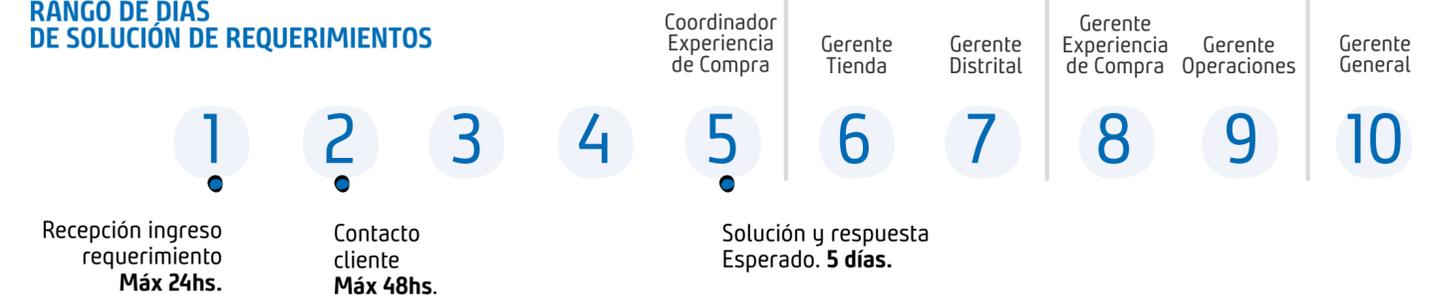


Ciclo de atención de requerimientos %

*La ley exige un máximo de 15 días de solución

Año	Recepción ingreso requerimiento	Contacto cliente	Solución y respuesta Esperado	Gerente General
2013	90,9	7,8	1,0	0,04
2014	95,9	3,2	0,89	0,01
2015	91,4	6,2	1,8	0,7
2016	90,2	6,7	2,2	0,9
2017	88,9	6,7	2,8	1,6
2018	86,7	7,7	3,6	2,1
2019	77,5	15,8	5,1	1,6
2020	82,5	13,0	3,3	1,1

RANGO DE DÍAS DE SOLUCIÓN DE REQUERIMIENTOS

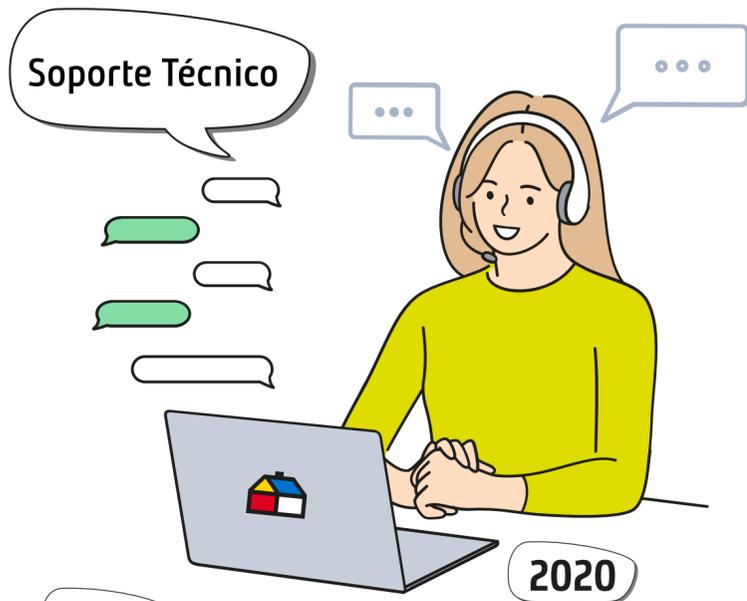


Sabes...

¿Cuál es el número de descargas de la App que esperamos en esta **TEMPORADA DE CASA?**



El resultado en 2020 muestra que tuvimos una disminución en transacciones, teniendo en cuenta los cierres de tiendas por la cuarentena y el aislamiento obligatorio que se dio por el Covid-19. Como consecuencia, también disminuyeron el número de devoluciones.



2019

Procedimiento
Devoluciones **1.039.718**
Servicios Técnicos **111.802**

2020

Procedimiento
Devoluciones **1.021.054**
Servicios Técnicos **96.629**

Por otra parte, logramos automatizar el proceso de devoluciones para las compras hechas a través de transferencia electrónica. En este proceso, los clientes pueden hacer la solicitud de devolución en alguno de nuestros canales disponibles, y, después de diligenciar los datos solicitados, les entregamos un turno para realizar la devolución, evitando sobrepasar el aforo máximo permitido en la tienda. Una vez realizada, se les envía una Nota Devolución Digital que corresponde al valor monetario del producto que devolvieron. Este valor, lo pueden guardar para realizar más compras a través de la App Homecenter. En términos de los servicios técnicos, incluimos notificaciones electrónicas del estado de la solicitud de garantía sobre la compra de un producto.

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.

Conforme aumentaron las llamadas para la venta por el call center, se incrementaron las reclamaciones de los clientes desde el segundo trimestre, por lo que durante el resto del año implementamos acciones de contingencia con los asesores de toda la cadena, para contener y estabilizar los requerimientos de los clientes, logrando una optimización de los recursos, aumentando la productividad y reducción en los tiempos de respuesta.



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.

Escuelas de Logística y Ventas

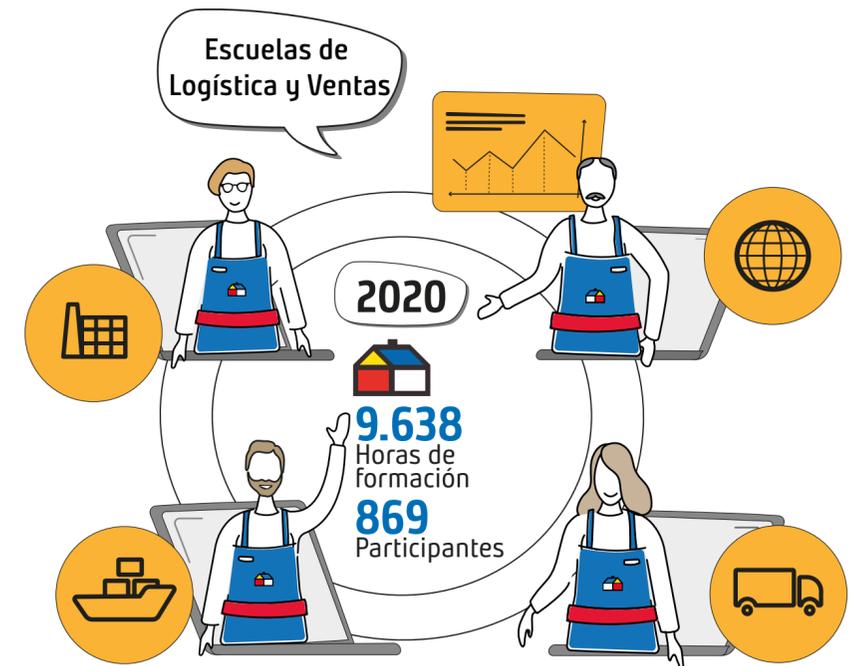
Con el objetivo de preparar a nuestros colaboradores para dar respuesta oportuna a los requerimientos de nuestros clientes en la entrega de sus productos y proyectos, así como herramientas para entregar a nuestros clientes la mejor asesoría para cumplir sus sueños y proyectos de hogar y construcción, hemos creado unas escuelas de formación en logística y ventas:

Mejorando el viaje de compra de nuestros clientes

Desde años anteriores hemos puesto a disposición nuevas formas de brindarles a nuestros clientes la mejor experiencia de compra. Más aún, durante el año 2020 procuramos que, a pesar de las circunstancias, el cliente sintiera que sigue siendo nuestra meta y prioridad. Observando los rápidos cambios a lo largo del año, diseñamos estrategias que nos permitieron agilizar y mejorar los procesos de atención al cliente. Las presentaremos a continuación:

Agiliza tu devolución

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



Escuela de Ventas



Horas de formación **100.727**
Participantes **6.554**

Escuela Venta Empresa

A través de este espacio, nuestros líderes del área de Venta Empresa pueden perfeccionar sus competencias de negociación, técnicas de venta, y procesos para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes.



2020
Horas de formación **1.313**
Participantes **158**

Escuela LEAN

Con esta academia queremos que se viva la experiencia de trabajo desde diferentes oficios de nuestro negocio de manera ágil y eficiente. Diseñamos un espacio en el ambiente del retail de Sodimac, para que, de manera vivencial, pudiéramos comunicar a nuestros colaboradores los beneficios de los principios de la filosofía LEAN en nuestra cadena de abastecimiento. Así, potencializamos las actividades que agregan valor a nuestros clientes.



-  **Identificar el valor**
-  **Mapear la cadena de valor**
-  **Crear flujo**
-  **Establecer el pull**
-  **Buscar la perfección**

El objetivo de la Academia Lean es identificar todas aquellas actividades que son consideradas poco útiles para eliminarlas y así lograr procesos ágiles y eficientes que se traducen en mejor trabajo en equipo de nuestros colaboradores y en menos costos.



Horas de formación **2.909**
Participantes **2.042**

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 para este año 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, en medio de una coyuntura como la del Covid-19. Por esto, nos sumergimos en nuevas experiencias digitales y le dimos una mirada diferente a la 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, pagos contra entrega, retiro en tiendas Falabella, trazabilidad de órdenes, carros compatibles y precios atractivos para nuestros clientes profesionales.



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.

Resaltamos, que en 2020 tuvimos un gran crecimiento en ventas a través de la página web, tanto realizadas desde ordenadores (Web Desktop), como de dispositivos celulares (Web Mobile).

Además, incorporamos la digitalización de la experiencia del usuario, logramos dejar en vivo 17 asistentes de venta digital, que para este año tuvieron más de 45 mil visitas y una atribución de venta de más de 4.100 millones de pesos. Además, las iniciativas de personalización en el sitio web han impactado a más del 4% del total del tráfico,



INDICADORES DE PÁGINA WEB 2020

119'676.133
Visitas al cierre del año

233%
Crecimiento en ventas Ventas a Distancia

77.121
Sku's disponibles en la página al cierre del año

331%
Crecimiento de nuestros canales digitales

enfocándose en la interacción de la página de producto. El incremental de venta atribuido a los módulos de personalización al cierre de 2020 es de más de 42 mil millones de pesos.

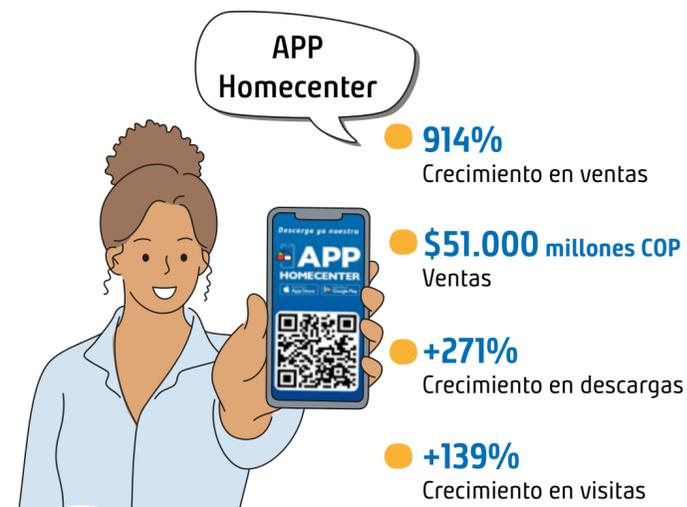
App Homecenter

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.

Debido a la coyuntura que vivimos durante el 2020 por la pandemia de Covid-19, el aislamiento obligatorio y los periodos de cuarentena, nuestro canal de venta App Homecenter tuvo el mayor crecimiento de la compañía a lo largo del año. De diez veces con relación al año pasado. Tuvimos también un crecimiento en visitas y descargas, pasando de tener una conversión del 0,37% al 1,05%; demostrando su robustez tecnológica y eficiencia en flujos de compra.



Entre los mayores retos que tuvimos fue generar una retención y maximizar la experiencia de compra de todos los usuarios nuevos que tuvimos dada la migración de los canales físicos a los canales digitales y los cierres de tienda, aumentando así en 237% el promedio de usuarios activos.



Pantallas Digitales en Tienda

En cuanto a nuestro canal de venta por pantallas digitales en tienda, el 2020 fue un año con muchos retos para la venta a través del canal, dado el inicio de la cuarentena en marzo. Nos vimos afectados no solo por los cierres de tiendas sino también por el temor de los clientes a comprar a través del canal, dado que las pantallas son táctiles.

Sin embargo, nos propusimos a asegurar con las tiendas que tuvieran implementado el KIT de Bioseguridad que definió la compañía para las pantallas, y a impulsar el uso de las pantallas con el cierre de venta en los datáfonos y así promover el concepto "Contact Less" en el que, el beneficio para el cliente es poder tener el menor contacto posible con personal dentro de la tienda.

Fue de esta manera que después de haber arrancado el año con un promedio de venta en enero y febrero de 10.900 millones, y haber caído a partir de marzo, logramos

recuperarnos vendiendo un promedio de 3.500 millones en el segundo trimestre, 6.800 millones en el tercer trimestre y cerrar el año con un promedio de 9.000 millones en el último trimestre.

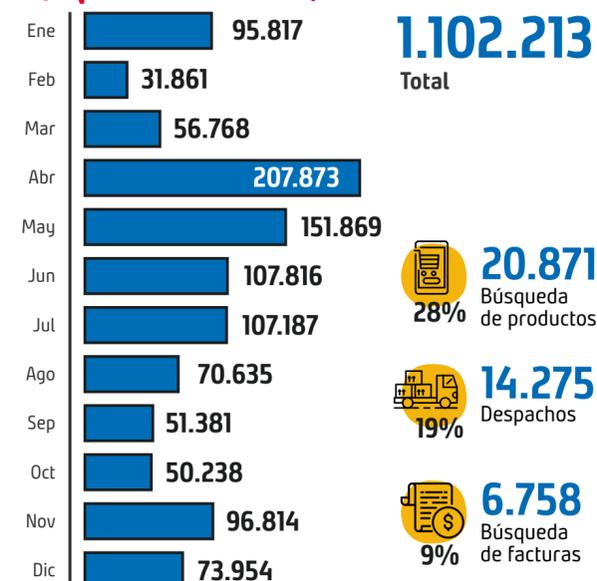
ChatBot Servicio al Cliente

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.





Requerimientos Ana



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 así poder tomar decisiones teniendo en cuenta sus necesidades. Para el 2020, fortalecimos el uso de modelos estadísticos y de Google Cloud Platform, 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:

- Enviamos más de 570 millones de correos electrónicos y 60 millones de SMS en el año por campañas de mercadeo personalizadas que generaron aproximadamente 17.5 millones de dólares de venta incremental.
- Desarrollamos modelos estadísticos que permitieron la migración e identificación de clientes prospectos para el canal Venta Empresa.
- En conjunto con el área de tecnología, automatizamos más de 15 "journeys" o viajes del cliente con el fin de poder comunicarles ofertas, productos y proyectos a la medida de sus preferencias y traducirlas en compra a través de nuestros canales de venta.
- Profundizamos y ampliamos el entendimiento de la segmentación del cliente PRO (contratistas, especialistas de la construcción, maestros de obra, todos y no constructores) con el objetivo de ofrecerles proyectos y productos a la medida de sus necesidades.

Product Information Management PIM

Para este año, nos enfocamos en acelerar la implementación de 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. Debido a la coyuntura por pandemia, las ventas en nuestro Marketplace crecieron de manera acelerada. Tuvimos un crecimiento del 145% en ventas con una proporción sobre el total de canales de Ventas a Distancia del 17%. Logramos llegar al 70% de vitalidad con 24.500 referencias de productos con venta en el año, y logramos estabilizar la

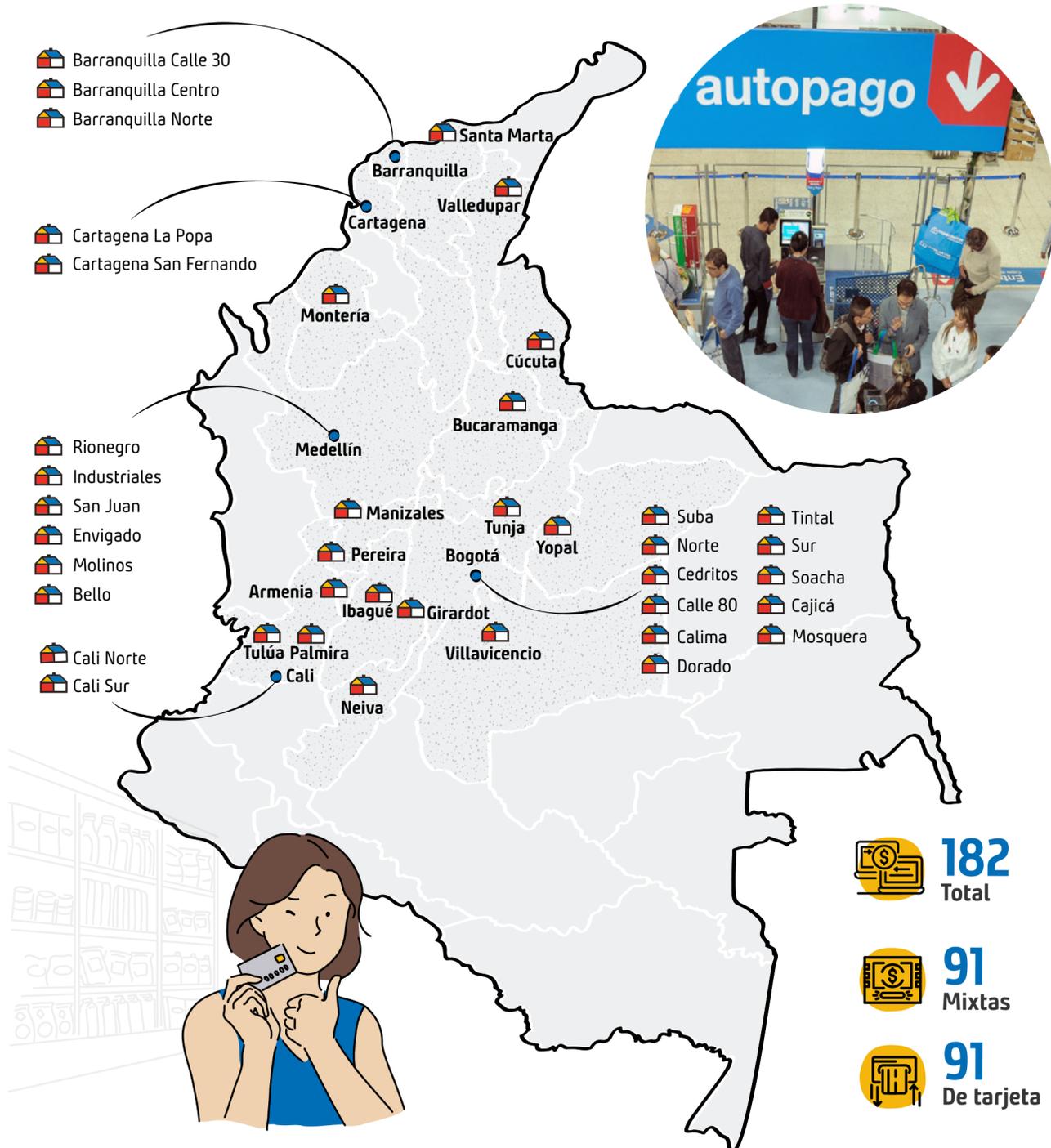
operación de cara al cliente, implementando mejoras en la experiencia del vendedor y desarrollamos del modelo de FBS por sus siglas en inglés (Fulfillment by Sodimac), en donde ofrecemos a nuestros proveedores un modelo logístico en el que Sodimac puede controlar el inventario y el proceso de entrega efectiva de los productos a nuestros clientes. En tiempos reducidos y a un menor costo, de manera que el proveedor se pueda enfocar en los temas que agreguen mayor valor a su negocio. Este modelo pretende aumentar tiempos de entrega, reducir las devoluciones y cancelaciones de los clientes a partir de unos niveles muy altos del porcentaje de despachos que llegan a tiempo e incluso reducir los costos asociados a transporte y almacenamiento, a través del logro de economías de escala que logramos trasladarle al proveedor.

Finalmente, resaltamos que más de 1.000 proveedores ingresaron por primera vez a Marketplace. Con ellos, logramos cerrar el año con un índice de PQR sobre órdenes de compra por debajo del 3%. También logramos cerrar el año con un porcentaje de despachos que llegan a tiempo del 90% aún con un crecimiento de órdenes del 331%.



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 2020 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 diferentes 38 tiendas a nivel nacional.



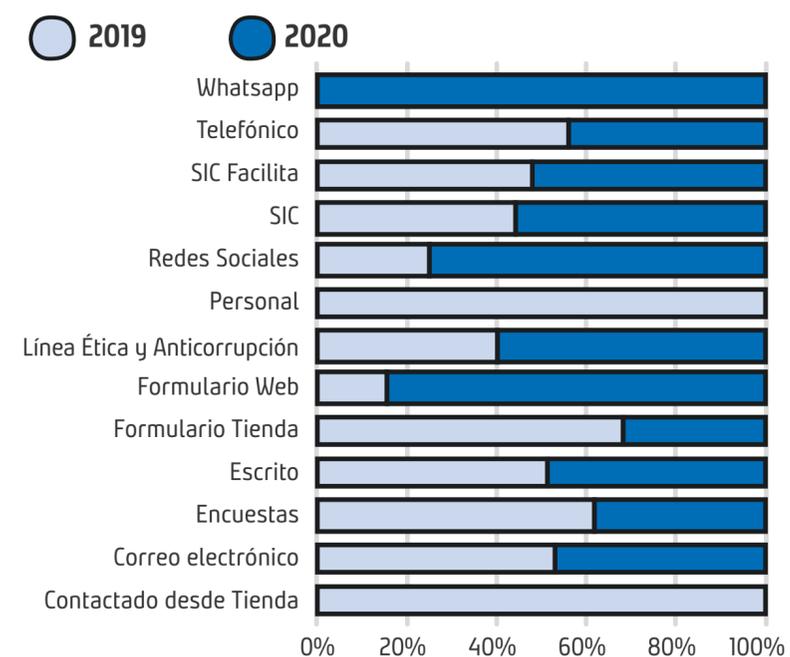
Canales de comunicación con nuestros clientes

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 así contribuir de manera eficiente a construir y aumentar la confianza en la compañía.

Para el 2020 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 418.144 llamadas, seguido del formulario web, con 49.582 solicitudes, y a través del correo electrónico, donde recibimos 30.896 correos. En temas interacción con los clientes en redes sociales, el formulario web y la Línea Ética y Anticorrupción que el año pasado.

En 2021 esperamos continuar promoviendo nuestros canales de comunicación directa con nuestros clientes para que podamos resolver de manera oportuna sus solicitudes y necesidades.

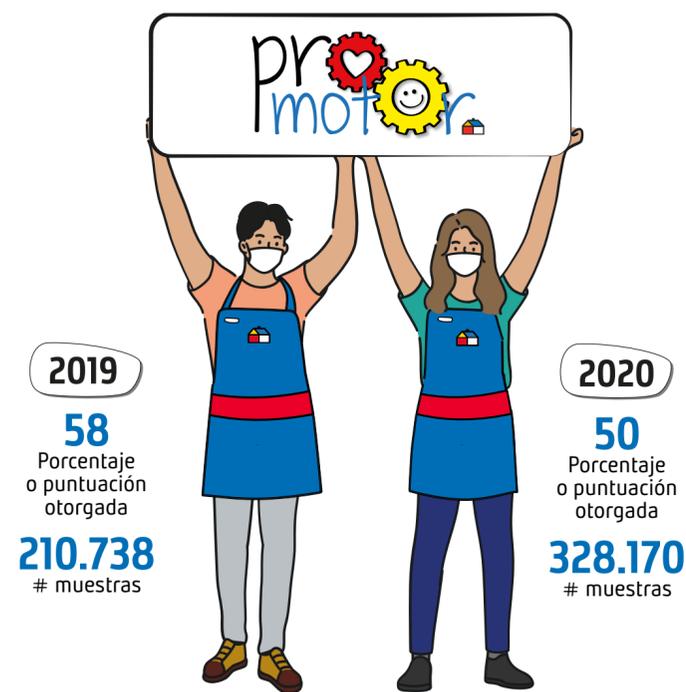


Programa Promotor

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.

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.

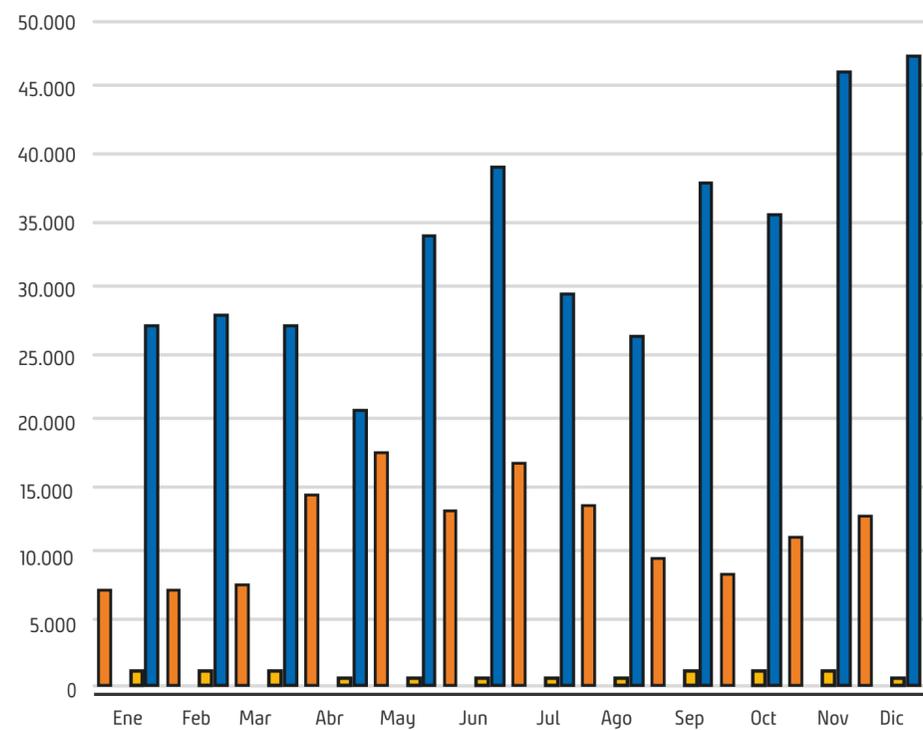
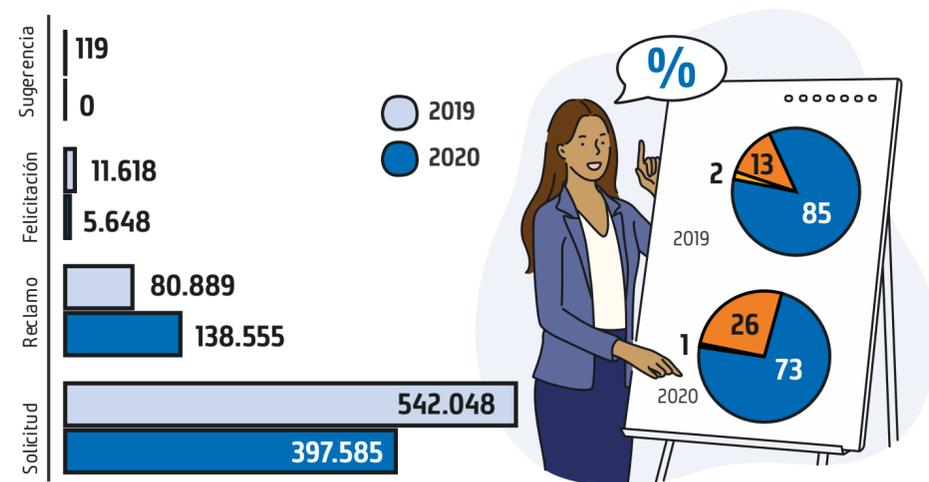
Tomando en cuenta la saturación de las líneas de atención al cliente, este año no logramos cumplir con la meta de acercarnos más a un puntaje de 60 en la medición. Sin embargo, esperamos que, con las adaptaciones realizadas, en el año 2021 podamos cumplir con este objetivo. Además, este año realizamos la medición con el mayor número de muestras desde que iniciamos el programa.





Requerimientos

Durante todo el año, recibimos un total de 541.788 requerimientos, divididos entre reclamos, sugerencias, comentarios positivos y solicitudes.

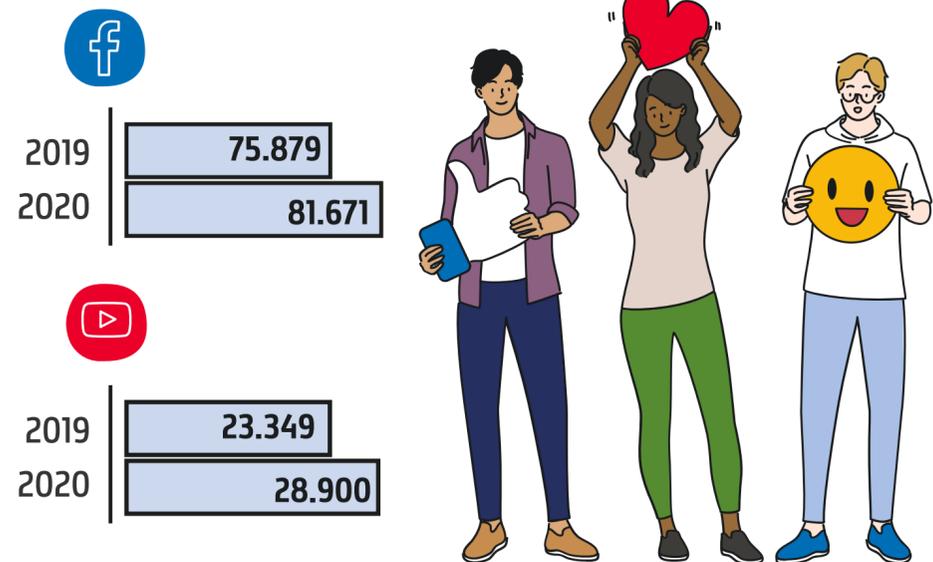


2020 ● Reclamo ● Sugerencia ● Comentario positivo ● Solicitud

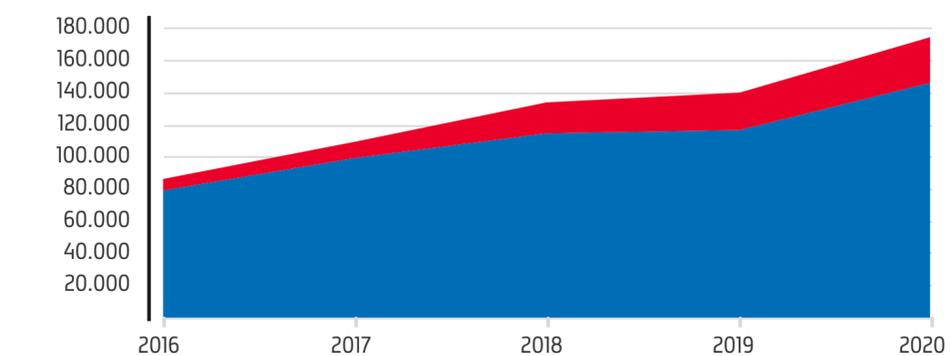
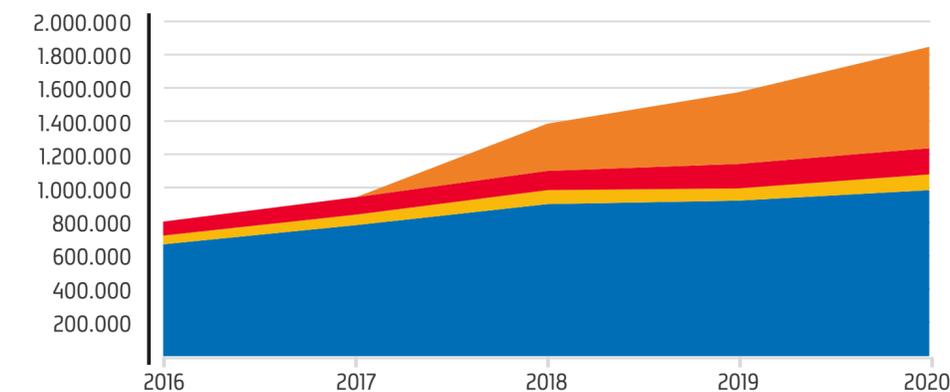
Redes sociales

En las redes sociales de nuestra compañía podemos comunicar a nuestros clientes todas las iniciativas que desarrollamos e interactuar en tiempo real con cada uno de ellos. Lo cual nos permite entender sus necesidades y así ofrecer mejores productos y servicios. Debido a la coyuntura por el Covid-19 el crecimiento en redes fue acelerado y la elaboración de contenido digital estuvo marcada por las necesidades derivadas de la coyuntura. Con esto, logramos ser reactivos, aprovechando algunas de las coyunturas del momento.

Para el 2021 nuestra meta es conocer mejor a nuestra audiencia, de esta manera podemos consolidar mejores interacciones y contar con un mejor alcance, para que nuestros seguidores conozcan de manera más cercana nuestra marca. Así, esperamos llegar a nuevas redes sociales para tener mayor acercamiento a nuestros clientes y sus necesidades.



Seguidores redes sociales



Facebook Twitter Youtube Instagram

Proyectos que hacen la diferencia

Círculo de Especialistas Constructor

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.



Gran Feria De La Capacitación

Es el evento de formación más grande en el sector de la construcción en Colombia. En el 2020 lo realizamos a través de una plataforma completamente virtual el 2 y 3 de octubre. En este encuentro anual conectamos a expertos del sector, con el propósito de generar conocimiento entorno a grandes retos en la construcción la profesionalización y formalización de los trabajadores, 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.

Gran Feria de la Capacitación



- **40.247**
Personas preregistradas para participar
- **39**
Marcas participantes
- **80**
Capacitaciones ofrecidas
- **205.166**
Visitas a las capacitaciones
- **106%**
Comercialización del costo de la feria

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 en Administración de Construcciones Sostenibles. Con este programa logramos impactar a 121 personas.



Becas Constructor

2020
●
121
Beneficiados

YO SOY ANFITRIÓN

CONÉCTESE EN
WWW.GRANFERIADELA Capacitacion.COM
ESTE 2 Y 3 DE OCTUBRE

GRAN FERIA DE LA CAPACITACIÓN VIRTUAL

PARA ESPECIALISTAS EN CONSTRUCCIÓN

GRAN FERIA DE LA CAPACITACIÓN VIRTUAL

ESTE 2 Y 3 DE OCTUBRE.

REGÍSTRESE GRATIS AQUÍ

CONSTRUCTOR
SODIMAC corona



Gestión ambiental



Comprometidos con la protección y el 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 desarrollando actividades dirigidas a crear conciencia y formación ambiental en nuestros colaboradores y en nuestros clientes.

Estas estrategias y acciones se alinean con nuestro propósito de responsabilidad social y con el propósito ambiental, en donde buscamos contribuir a la conservación y el cuidado de los recursos naturales, que como empresa utilizamos diariamente en nuestras operaciones.



Nuestras estrategias y acciones en el tema de gestión ambiental se alinean con nuestro propósito de responsabilidad social y con el propósito ambiental, en donde 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 2020.

Estrategias y acciones para:

- Prevenir
- Minimizar
- Mitigar
- Compensar

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 hacia la sostenibilidad de nuestro negocio, 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 ambiental.

Los programas y acciones en los que hoy trabajamos están dirigidos a la reducción del consumo de agua y de las emisiones de gases 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 (RAEE), etc.), el reciclaje y 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

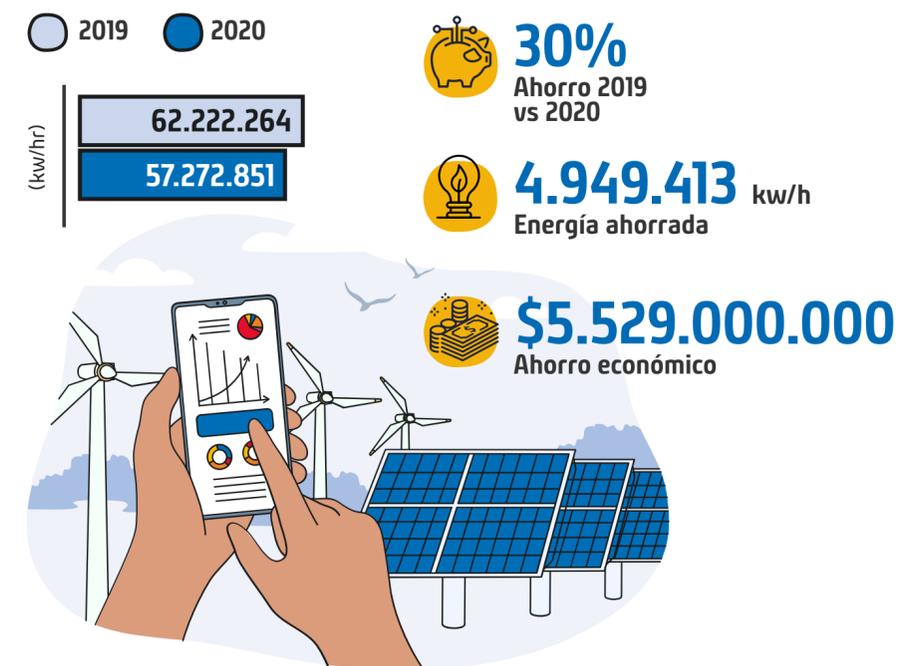


Ahorro y uso eficiente de energía

Conscientes del costo económico y ambiental gestionamos un sistema de ahorro y uso eficiente de la energía que usamos a diario, alineados con nuestro compromiso en responsabilidad social implementamos proyectos de eficiencia energética como mejoras en los sistemas eléctricos, cambio de cubiertas translúcidas para reducir la dependencia de luz artificial, mejoras en los diseños energéticos de los centros de operaciones, el cambio de tecnologías de iluminación, migrando el 100% de las luminarias a tecnología LED, 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 2020 lo cual nos ha permitido reducir el consumo energético, ahorrar recursos económicos, minimizar la huella de carbono de la compañía y con ello contribuir a la lucha contra la contaminación y el cambio climático.

Durante el 2020 realizamos un menor consumo de energía debido a la pandemia del Covid-19, debido a que los centros de trabajo tuvieron cierres que conllevaron a que conllevan a un menor uso de energía. Por otro lado, logramos una disminución de energía considerable en las oficinas administrativas porque nuestros colaboradores iniciaron trabajo desde casa. En total, la emergencia sanitaria mundial y nuestras estrategias de ahorro de energía, representaron un aumento del 30% del ahorro frente al 2019.

Consumo de energía

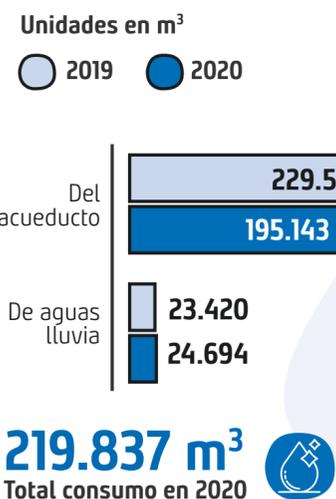


Ahorro y uso eficiente de agua

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, hay dispositivos ahorradores en todas las instalaciones y en CEDIS hay planta de recirculación por medio de la cual se aprovecha el agua para labores de riego y sanitarios.

Con respecto al 2019 hubo una disminución considerable que equivale a un ahorro de agua de un 23% teniendo en cuenta que el aislamiento obligatorio por COVID -19 tuvimos algunas tiendas cerradas o con restricción de horario.

Consumo de agua



23%
Ahorro 2019 vs 2020

32.180 m³
Agua ahorrada

\$ 225.000.000.000
Ahorro económico

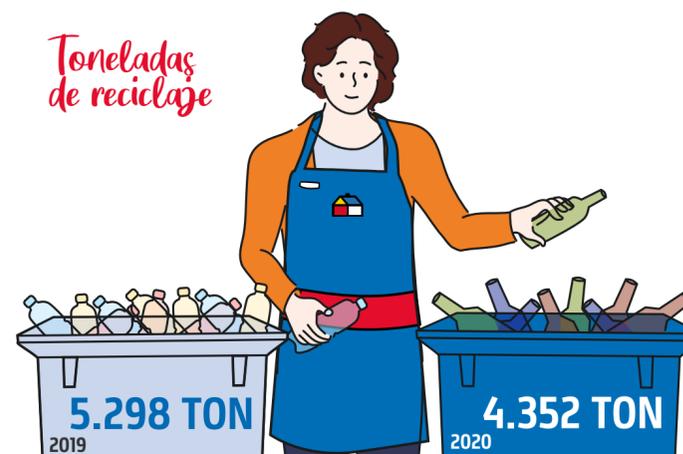
El ahorro de agua es la diferencia entre el uso total de agua del 2019 y el 2020.

El ahorro económico corresponde al monto de dinero que no se gastó por concepto de la reducción en el consumo. Del consumo total de agua en 2020 24.694 m³ corresponden a aguas lluvia, esto equivale a un total de 7 piscinas olímpicas de agua que proviene de una fuente abundante y sustentable.

Cero uso de bolsas plásticas

En Sodimac nos movilizamos por nuestra iniciativa de cero uso de bolsas plásticas en nuestras tiendas durante más de 9 años cumpliendo desde el 2019 con nuestro propósito de distribuir cero bolsas plásticas para nuestros clientes en los puntos de pago. Para el año 2020 seguimos firmes con este compromiso que se alinea también a la normativa nacional de uso racional de bolsas plásticas.

Cumplimos con el 100% de las regulaciones de las autoridades nacionales, reduciendo y fomentando una cultura racional de uso de bolsas plásticas que contribuyan a mitigar los problemas de contaminación y afectaciones especialmente a cuerpo marítimos que causa el mal uso de estos elementos.



Residuos reciclables

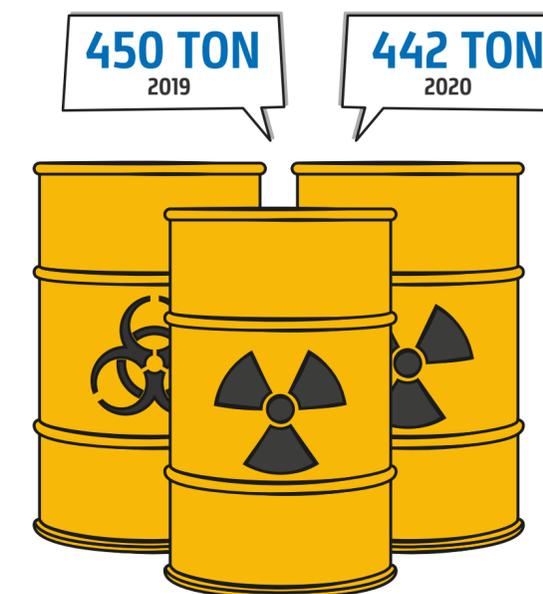
En Sodimac Colombia somos consciente del segundo uso que se le puede dar a diferentes materiales sirviendo como insumo para la fabricación de otros productos, así mismo, sabemos el impacto ambiental que tienen estos elementos cuando no son reciclados y terminan contaminando o afectando ecosistemas. Por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

Durante el 2020 debido a la situación atípica que vivimos, adaptamos los procesos de manejo de residuos en el contexto la pandemia incluyendo los protocolos de bioseguridad en todos los centros de trabajo y cedis, lo cual, significó todo un periodo de planeación y aprendizaje que provocó una disminución en las toneladas anuales recicladas.

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 Atica y Albedo. Estos aliados estratégicos están autorizados y cuentan con licencias y permisos ambientales. El propósito de nuestro programa de manejo integral de materiales es disminuir los residuos que llegan al relleno sanitario. Durante el año 2020 dimos un correcto manejo a 443 toneladas de residuos peligrosos.

Residuos peligrosos



Productos peligrosos

A4020

- Corto punzantes.
- Residuos de enfermería.

A4090

- Desechos de soluciones ácidas o básicas (Residuos químicos).

A4140

- Cemento.
- Estuco.

Y8

- Aceite usado.

Y9

- Filtros contaminados con aceite.
- Sólidos contaminados con hidrocarburos.
- Estopas contaminados con hidrocarburos.
- Material absorbente contaminado con hidrocarburos.
- Plástico contaminado con hidrocarburos.
- Desechos de aceites o emulsiones de aceites y aguas hidrocarbonadas (aceitosas) (aceite usado).

Y9/A4060

- Líquido de frenos.

Y12

- Residuos de pintura y Thinner.
- Envases contaminados con pintura.
- Sólidos contaminados con pintura.
- Material absorbente contaminado con pintura.

Y12 - A4070

- Tonner y/o cartuchos de impresora.

Y13

- Sika contaminada.
- Silicona contaminada.

Y18

- Lodos domésticos.
- Pegacor.
- Vidrio contaminado.

Y31

- Pastillas de freno (Residuos de plomo).

Y34

- Ácido fosfórico.



Posconsumos

Somos conscientes 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 clientes. Por ello, en Sodimac Colombia firmamos 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 comenzará a regir desde el 2021 de Posconsumo de Envases y Empaques.

De esta manera durante el año 2020, hemos seguido generando una correcta gestión de los residuos posconsumo. No obstante, resaltamos que el periodo de aislamiento obligatorio por Covid-19 dificultó y disminuyó las visitas de nuestros clientes a los almacenes, lo cual generó una reducción en los residuos recoletados por nuestro programa de posconsumo.

Posconsumo

○ 2019 ● 2020



Pilas

10.1 TON

7.23 TON



Luminarias

15.6 TON

9.7 TON



Llantas

126.205 TON

89.604 TON



Baterías

49.405 TON

32.298 TON



RAEES

35 TON

24,5 TON





Cambio Climático

Los programas que desarrollamos reflejan nuestro compromiso con el medio ambiente en acciones puntuales relacionadas con el cambio climático que hemos llevado a cabo como empresa desde la matriz de impactos ambientales, identificando oportunidades de gestión en temas asociados a la eficiencia energética y la compensación de la huella de carbono generada por la operación.

Dentro de las acciones puntuales que hemos llevado a cabo durante 2020 están: la consolidación de una cultura de energético con estrategias de apagado y encendido oportuno, los cuales han logrado el aumento de la eficiencia energética en nuestros centros de trabajo.

Así mismo hemos generado una compensación del 16% de la huella de carbono generada por nuestra operación, sembrando durante el 2020, un total de 5.000 árboles dando como resultado total 38.601 árboles sembrados entre 2013 y 2020.

En 2021 continuaremos con nuestro compromiso de contribuir a la compensación ambiental a través de la siembra de 5.000 nuevos árboles.



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 poder cumplir con todo el proceso de ciclo de vida del producto, disminuyendo la generación de elementos que pueden contaminar aún más el planeta una vez finalicen su vida útil.

Durante el año 2020 implementamos un sistema 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:

- Reducir.
- Reutilizar.
- Reparar.
- Reciclar.

Aplicado a toda nuestra cadena económica incorporamos productos provenientes de materiales reciclados como ladrillos y muebles, recolectamos y reutilizamos madera que se vuelven bases de madera eco que podemos comercializar como productos de alta calidad.

Medición de la huella de carbono

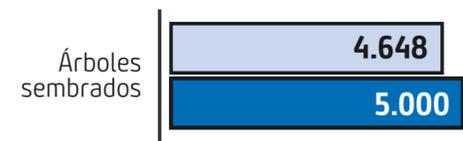
Las actividades que realizamos a diario generando un impacto en el medio ambiente, por lo que somos conscientes de lo importante que es medir la huella de carbono de nuestra operación, con el objetivo de prevenir, minimizar, mitigar y compensar la totalidad de gases de efecto invernadero producida por la energía, los combustibles y los gases refrigerantes que utilizamos. Es así como 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.

Debido a los efectos de la pandemia, cierres de tiendas y horarios reducidos para el año 2020 disminuimos el grado de contaminación en 10% con respecto al 2019.

Compensación ambiental

○ 2019 ● 2020



38.601
Árboles sembrados del 2013 al 2020

16%
Compensación huella de carbono 2019

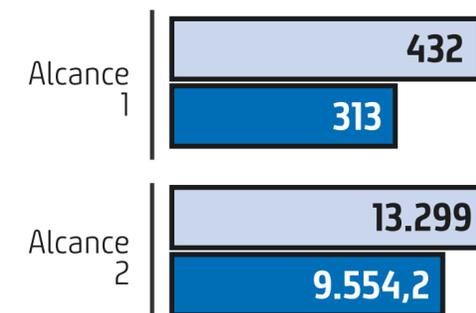
16%
Compensación huella de carbono 2020



Huella de carbono

Unidades en Ton CO₂eq

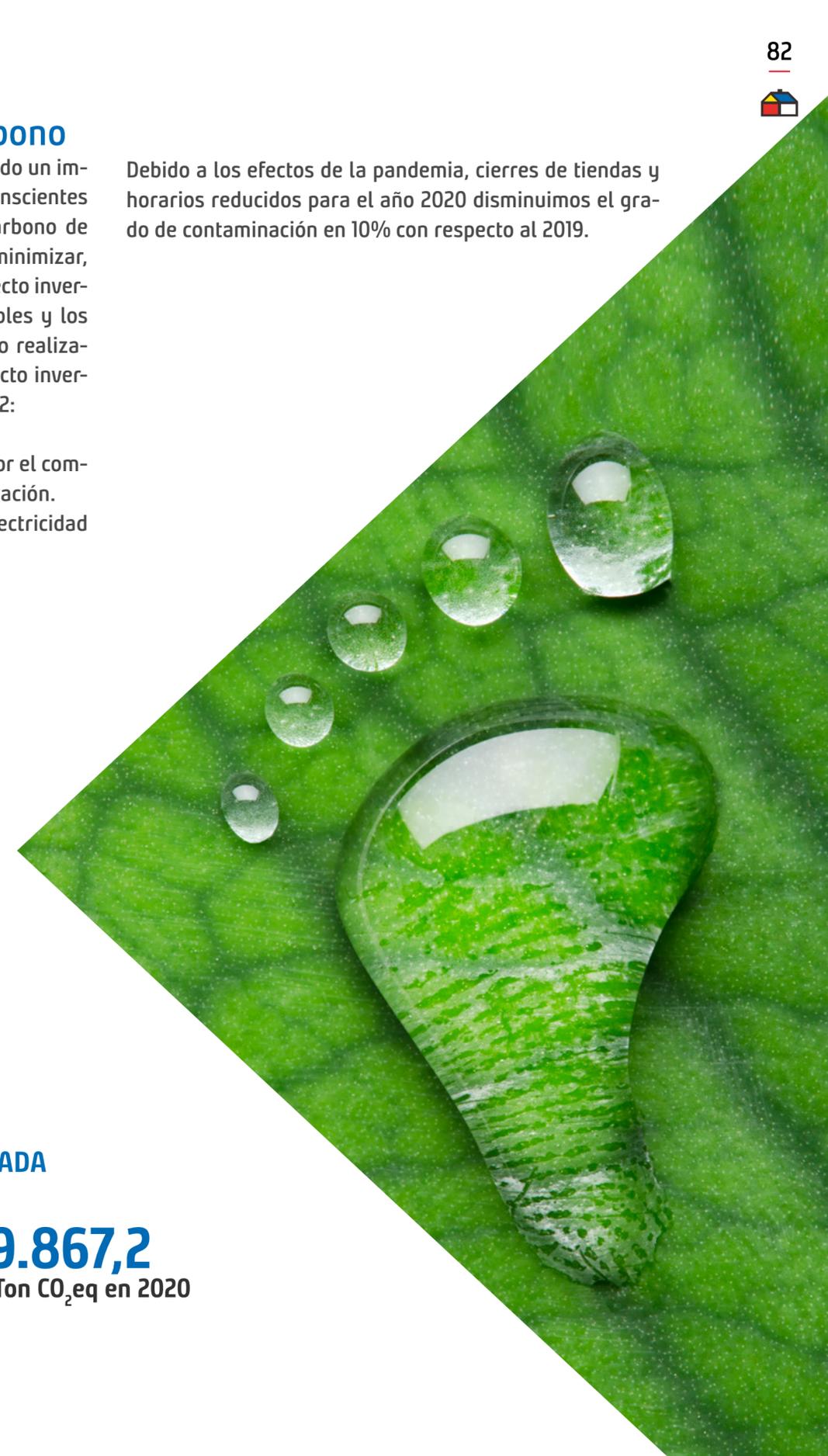
○ 2019 ● 2020



TOTAL HUELLA DE CARBONO GENERADA

13.731
Ton CO₂eq en 2019

9.867,2
Ton CO₂eq en 2020



Huella de Carbono Transporte

Conscientes del 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 2020 acciones para su medición y mitigación.

Específicamente, gracias a la alianza con la compañía Logyca, llevamos 2 años donde identificamos las variables más relevantes para lograr disminuir el CO₂, 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, adicional del diagnóstico a cada uno de los transportistas.

El marco de la medición se estableció en los viajes realizados desde los puertos a los centros de distribución y desde los centros de distribución a las tiendas.

Con este nuevo estudio realizado logramos calcular la huella 2020 para diagnosticar aún mejor el panorama a mediano y largo plazo.



Eco-indicadores



16.382,17
Total de CO₂e [ton]



13.339.614,40
Distancia recorrida [km]



84,36
g CO₂/ton*km



18.221,57
Total de CO₂e [ton]
(Ajustado)



31.336,00
de viajes



44,31
g CO₂/m³*km



1.839,40
Diferencia CO₂e
(ajustado vs. calculado)



194.200.969,07
Σ ton-km



1,23
kg CO₂/km



450.647,53
Carga Movilizada [ton]



369.704.516,26
Σ m³-km



42,51
kg CO₂/ton



826.315,76
Volumen total [m³]



80%
Ocupación en peso promedio



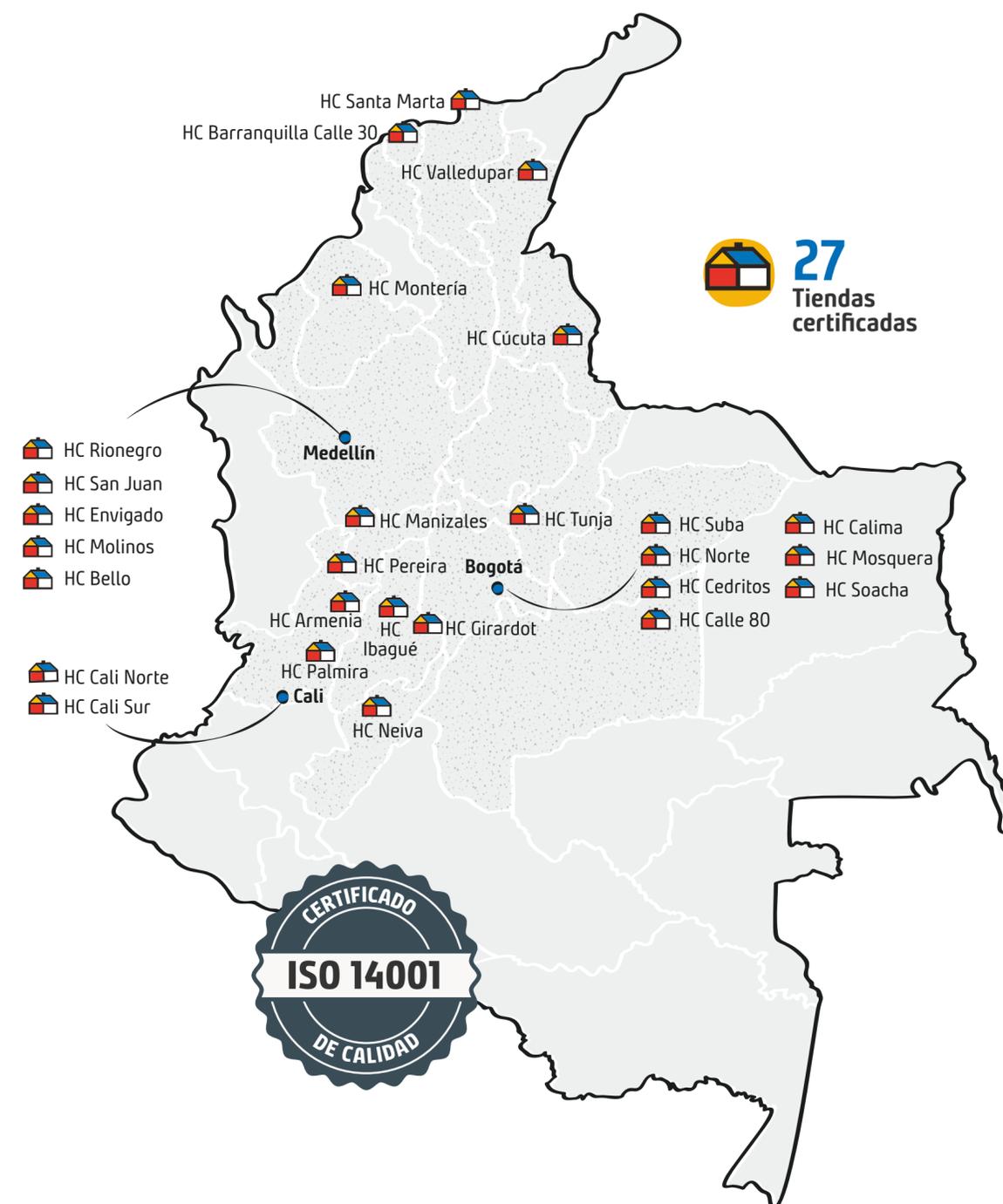
78%
Ocupación en volumen

Certificación ISO 14001

Nuestro compromiso con el medio ambiente está alineado y medido con los más altos estándares en materia ambiental. Por lo tanto, realizamos los procesos de auditoria anualmente a nuestro Sistema de Gestión Ambiental o SGS bajo los requerimientos de la Norma ISO 14001:2015. En el año 2020 llevamos a cabo de manera virtual las auditorías

internas al sistema de gestión ambiental en los 40 almacenes como un efecto de la pandemia del Covid-19 y esto permitirá lograr en 2021 la certificación de toda la cadena.

Nuestros procesos de auditoria para el año 2020 nos permitió reafirmar la certificación ISO14001:2015 de 27 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 y por esta razón, compartimos las buenas prácticas en materia ambiental con nuestros proveedores y grupos de interés, trabajando permanentemente en la socialización y transmisión de acciones que contribuyan a una operación ambientalmente sostenible.

Así mismo, en el Manual de Proveedores hacemos explícito el compromiso que deben asumir nuestros aliados 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 están-

dares 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 estos tienen de responder por los impactos causados por la realización de sus operaciones.

Para asegurar el respeto por el medioambiente, desde hace 4 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 aliado comercial su participación en el proceso de contratación de la compañía. Sin embargo, durante el 2020 como consecuencia de la pandemia no evaluamos proveedores; ya que nos dedicamos a la renegociación de proveedores que ya cuentan con una evaluación, también detuvimos las licitaciones pues no hubo obras nuevas y tampoco incorporamos nuevos proveedores de servicios ambientales.



Casa Eco:

“Lo que hagas en casa lo agradece el planeta”

Promovemos acciones dirigidas a la conservación del medio ambiente con cada una de los grupos de interés con los cuales 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 clientes para el uso eficiente del agua, la energía, el aire, ahorro de gas, reciclaje, productos eco amigables, entre otras.

Durante 2020 nos enfocamos 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:

- Política ambiental.
- Residuos reciclables ahorro de agua y energía.
- Impactos y riesgos ambientales.
- Residuos peligrosos, programas pos consumo y contingencias ambientales.
- 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.

De forma semejante, en el 2020 logramos generar espacios que suman un total de 2.545 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 nos modernizamos para remodelar y crear 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. Así mismo, la implementación de avanzadas herramientas de construcción para el desarrollo sostenible generarán una reducción de las emisiones de CO₂ y una mejoría en la calidad de nuestras instalaciones para los colaboradores y nuestros clientes.

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 construida con 40% de material reciclado y superficies que distribuyen de forma eficiente el calor. Cuenta con 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 riego del 100% de las zonas verdes e implementación de dispositivos de bajo consumo de agua.

Análogamente, ahorra el 42% del consumo energético por medio de la ventilación e iluminación natural en el 100% del edificio, implementación de paneles para el aprovechamiento de la energía solar que suple 30% del consumo total de la tienda, iluminación LED de alta eficiencia y sistema de control de consumo.

Adicionalmente, nuestras tiendas de Tunja y Mosquera cuentan con la certificación EDGE de ahorro y uso eficiente del agua y la energía. Certificación que 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 CO₂ al año en las cifras de emisión derivadas de la operación en cada una de las tiendas.

Innovadores ambientales

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:

Homecenter Suba

Por la producción de videos de cada uno de los programas de gestión ambiental.

Homecenter Ibagué

Por las capacitaciones con los líderes ambientales trabajando en casa.

Homecenter Yopal

Realización de la séptima jornada de recolección de residuos posconsumo de la mano de la secretaria de salud y la alcaldía municipal de Yopal.



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 2020 realizamos la activación de redes LinkedIn alineados con el Sistema de Gestión Ambiental y con el objetivo de compartir nuestras prácticas en materia de sostenibilidad ambiental por medio de lo que hemos denominado #SodimacAmbiental, durante el 2020 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 clientes y colaboradores a través del lanzamiento de máquinas Ecobot en varias de nuestras tiendas.
- Tips para reciclar en casa.

Desarrollo de proveedores comerciales



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. Particularmente en este año, logramos gestionar nuestras relaciones con los proveedores, a pesar de la pandemia por el Covid-19, otorgándoles programas de formación virtual, generando espacios de fortalecimiento de negocio de manera digital y ajustando los plazos y modos de pago para ayudar a nuestra cadena de abastecimiento en tiempos difíciles. A continuación, presentamos las iniciativas que desarrollamos para nuestros proveedores durante 2020.





Boletín del proveedor

Con el objetivo de mantener comunicación directa con nuestros proveedores y aprovechar los canales virtuales para ello, diseñamos un boletín digital mensual con noticias frescas, información de interés, temas de sostenibilidad y de innovación digital que les ayudaran en su crecimiento empresarial, durante la emergencia sanitaria. A través del cual hemos podido escuchar a nuestros proveedores en los temas que les interesaran más y frente a lo que esperan de nosotros como compañía en aras de fortalecer nuestra relación comercial.

Al cierre de 2020, llegamos a impactar a 10.375 personas en 3 meses. Esperamos en 2021 continuar aumentando el impacto de este canal, ofreciendo información relevante y conocimiento, que redunde en mejores relaciones comerciales con nuestros proveedores y fortalezca prácticas de sostenibilidad en nuestra 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 asociados a: ética empresarial y cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en uso de marcas; derechos humanos y calidad de vida laboral en el cumplimiento de normas sobre trabajo infantil y trabajo forzado; cuidado de la salud de los clientes y seguridad laboral; marketing responsable y transparencia en la publicidad de los productos; identificación y aminoramiento de los impactos ambientales; aprovisionamiento responsable; y contratación de mano de obra local.

En 2020, un total 2.267 proveedores de productos importados firmaron la declaración conocida como "Declaration of Social Responsibility in Factory". Lo anterior muestra que en el 2021 debemos seguir evaluando y haciendo seguimiento de las prácticas de nuestra cadena de suministro para asegurar una buena gestión 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.

Todas las empresas, incluyendo a nuestros proveedores, experimentamos la dificultad de adaptación a las nuevas dinámicas derivadas de la pandemia. Por esta razón, encontramos que no era objetivo realizar la medición tomando en cuenta las prioridades del momento. Sin embargo, les ayudamos a facilitar la adaptación en diversas áreas, enviándoles tips e información que fueran útiles para las necesidades del momento a través del Boletín del Proveedor. Además, compartimos con ellos nuestras buenas prácticas para que logran identificar las formas de llevar a la práctica todos los conceptos de sostenibilidad.

Esperamos realizar la medición de nuevo en el año 2021, con el objetivo de identificar las brechas a trabajar en nuestra cadena de suministro.



Generamos alianzas para el crecimiento

Para lograr que nuestros proveedores puedan crecer en materia de sostenibilidad, lo cual crea un beneficio para ellos y para nuestra compañía, creamos alianzas estratégicas con organizaciones expertas en esta materia. Desarrollar y fortalecer sus competencias en esta materia.

Durante el año 2019, desarrollamos programas para el crecimiento de nuestros proveedores en alianza con 3 organizaciones expertas en sostenibilidad (IRed de Suministro Responsable de la Universidad Externado de Colombia, el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible y el General Reporting Initiative (GRI)). Además de continuar ofreciendo los espacios de formación con estas entidades, nuestro objetivo era lograr alianzas con 20 organizaciones, motivándolos a aportar para fortalecer empresas en términos de rentabilidad, productividad, eficiencia y análisis de impactos positivos y negativos en niveles económicos, sociales y ambientales. Sin embargo, como consecuencia de la pandemia, quisimos enfocarnos en adaptar la comunicación a las nuevas dinámicas para que esta siguiera siendo directa y fomentando el respeto, la ética y la transparencia.

Este 2020 creamos una nueva alianza con la Cámara de Comercio Colombo Holandesa y la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana, por medio de la cual pudimos hacer parte del programa de certificación para pequeñas y medianas empresas en Colombia, Ecuador y Panamá "CER-PYME". Este programa busca capacitar y certificar pequeñas y medianas empresas en Conducta Empresarial Responsable, creando un ecosistema empresarial responsable, en donde grandes compañías que operan bajo altos estándares sociales, ambientales y de transparencia empresarial, motiven a pequeñas y medianas empresas en Colombia, Ecuador y Panamá, a implementar buenas prácticas empresariales dentro de sus procesos productivos.

Con el deseo de que nuestros proveedores hicieran parte de esta oportunidad, realizamos la convocatoria para que hicieran parte del programa, tomando que más del 80% son pymes nacionales e internacionales.



CER-PYME



5
Proveedores de Sodimac participantes

383
Empleados beneficiados

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.



Híper Aceler-ACCIÓN Sodimac

Como lo hemos dicho siempre, para nosotros el cliente siempre está en el centro. Por esta razón, logramos identificar que, a raíz de la pandemia, sus expectativas en cuanto a los canales de atención, la interacción y el contenido que reciben por parte de nosotros, han cambiado.

Con estos cambios presentes, decidimos realizar un encuentro con nuestros proveedores, a través del cual lográbamos poner en común todo lo que vivimos durante el primer semestre del año 2020. A lo largo del evento, dimos a conocer cómo nos adaptamos a servir a nuestros clientes, desde cada una de las áreas, en medio de los cambios y las circunstancias. Los encargados en cada caso compartieron sus experiencias en diferentes temas como la comunicación con los clientes, el desarrollo digital, la adaptación de las tiendas físicas y en la venta digital, los cambios en la logística y las medidas de bioseguridad por el Covid-19. Este espacio nos permitió acercarnos a nuestros proveedores, aumentar la confianza y abrir un canal de comunicación directo con el que pudiéramos solucionar desafíos, impuestos por la coyuntura, en la cadena de suministro. Esperamos en 2021 replicar el evento de manera

más frecuente con el objetivo de mantener contacto con nuestros proveedores, dar solución rápida a problemas y desafíos conjuntos y así mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes.

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 pueden realizar la autogestión de asuntos relevantes, como: revisión de inventarios y codificación de sus productos. Este año logramos desarrollar la plataforma en el menor tiempo posible, gracias al trabajo interdisciplinario de muchas 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 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.

Destacamos, por último, la labor realizada en el diseño de mapa de avances para el 2021, en la cual definimos que se esperan integrar los procesos de embarque, logística, facturación y gestión de información en la plataforma.



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 del 6,7% en las compras a empresas nacionales.



2019

Nacionales **80,2%**
Extranjeras **19,8%**

2020

Nacionales **86,9%**
Extranjeras **13,1%**

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

El Premio a la Sostenibilidad Proveedores Sodimac

El año pasado pusimos en marcha 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. Tomando en cuenta la gran acogida de la primera versión en 2019, quisimos darle continuidad y ofrecerles la oportunidad a los proveedores de que, si no cumplían con los estándares para participar, ingresaran, de manera gratuita, al programa de Primeros y Segundos Pasos en Responsabilidad Social de la Universidad Externado de Colombia, con el fin de mejorar sus prácticas en sostenibilidad.

Por asuntos de la pandemia, tuvimos que aplazar el premio al primer trimestre del año 2021. Esperamos continuar destacando las buenas prácticas de nuestra cadena de suministro y motivar a nuestros proveedores para seguir trabajando en la gestión de la sostenibilidad.

Primeros y Segundos Pasos en Responsabilidad Social

Con la Red de Suministro Responsable de la Universidad Externado de Colombia, brindamos la oportunidad a nuestros proveedores de que hagan parte del programa de Primeros y Segundos Pasos en Responsabilidad Social Empresarial. Los objetivos de este programa son: identificar la situación actual de la empresa frente a los criterios internacionales de sostenibilidad corporativa y las condiciones del entorno, proponer acciones que contribuyan al logro de la estrategia y sostenibilidad corporativa, y generar capacidades en las Pymes para que a través de la medición en sostenibilidad aumenten su competitividad y puedan acceder a nuevas oportunidades de mercado. El programa no tiene ningún costo y los participantes deben cumplir con una serie de requisitos y compromisos para que las certificaciones puedan ser entregadas.

En el año 2020 lanzamos la convocatoria a todos nuestros proveedores para que, se pudieran inscribir y participar del programa. De esta forma, pueden incluir en sus actividades cada vez más y mejores prácticas.

Primeros y Segundos Pasos en Responsabilidad Social



46

Proveedores impactados entre 2019 y 2020



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 Pequeñas y Mediana Empresas



2019

961

Pymes

1.651

Proveedores

2020

1.318

Pymes

1.581

Proveedores

Para el apoyo a nuestros proveedores durante el manejo de la pandemia y la adaptación a la misma, fue especialmente valiosa una de nuestras iniciativas más importantes: disminuir el plazo de pago a Pymes a un máximo de 30 días. En el 2020, logramos cumplir esta meta con 1.182 empresas, que representan casi al 90% de Pymes con las que trabajamos y 440 empresas más que las



Poniendo nuestras plataformas al servicio de los microempresarios

Tomando en cuenta la dificultad de la venta de productos durante la pandemia causada por el Covid-19 y las pérdidas económicas que tuvieron muchos microempresarios, abrimos las puertas de nuestras plataformas de comercio electrónico, junto con Falabella y Linio, para que 100 microempresas del país pudieran vender sus productos. Esto permitió que impulsaran sus negocios en esos duros momentos, de manera gratuita y sin comisiones durante 3 meses. Además de integrarse en las plataformas, los microempresarios recibieron capacitación para manejar la plataforma y potencializar sus ventas electrónicas.

Dentro de los requisitos necesarios para acceder a esta oportunidad estaban:

- Ser persona jurídica
- Haber facturado más de \$300 millones de pesos en el año anterior
- Contar con capacidad de despacho de 48 horas
- Tener más de 30 productos en el portafolio a ofrecer

beneficiadas en el año 2019. 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 iniciar a 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 2021 cumpliremos con los pagos dentro de los plazos establecidos, asegurando que las retenciones son correctas, presentando un informe soportado de días para las entidades que estipule el gobierno, segmentando y evaluando el proceso para que en la codificación del proveedor se incluya el grupo de empresa al que pertenece y evaluando negociaciones comerciales. Iniciaremos por actualizar la clasificación de nuestros proveedores, identificando si son micro, pequeñas, medianas o grandes empresas, y soportándolo con los documentos y comprobantes solicitados.



Memorando de revisión independiente

Revisión Independiente del Informe de Sostenibilidad Social 2020

Responsabilidades de la Dirección de Sodimac y de Deloitte

La preparación del Informe de Responsabilidad Social de 2020 de Sodimac, que comprende el periodo del 1 de enero a 31 de diciembre, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados y previamente acordados para nuestra revisión.

Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la International Federation of Accountants (IFAC).

El alcance de una revisión independiente es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Responsabilidad Social.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Social del 2020 de Sodimac del Conjunto Consolidado de Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad, en adelante “Estándares GRI”.

Estándares y procesos de revisión

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC). Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas áreas de Sodimac que han participado en la elaboración del Informe de Responsabilidad Social 2020 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones virtuales con los colaboradores de Sodimac, para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el Informe.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad, se definen los contenidos, la estructura y los contenidos del informe, de acuerdo con lo sugerido por los Estándares GRI.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el informe.
- Comprobación de la información, mediante pruebas de revisión, con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los contenidos GRI y propios incluidos en el Informe de Responsabilidad Social y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Sodimac.

Se confirma que el Informe de Responsabilidad Social 2020 de Sodimac es elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI

Contenidos básicos generales:

Se confirmó que la Memoria se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI en cuanto a los contenidos básicos generales.

Memorando de revisión independiente

Revisión Independiente del Informe de Sostenibilidad Social 2020

Asuntos materiales ¹	Contenidos GRI o propio Sodimac
Valor económico	201-1. Valor económico directo generado y distribuido.
Ética y anticorrupción	205-3. Incidentes de corrupción confirmados y medidas adoptadas.
Gestión de residuos (reciclaje, post consumo)	306-2. Residuos por tipo y método de eliminación
Huella de carbono (Emisiones GEI)	305-1. Emisiones directas (Alcance 1) de GEI. 305-2. Energía indirecta (Alcance 2) Emisiones de GEI.
Gestión del riesgo con proveedores	308-1. Nuevos proveedores que fueron seleccionados con criterios ambientales. 308-2. Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas Adoptadas.
Perfil de la organización	401-1. Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.
Clima laboral	401-2. Beneficios proporcionados a los empleados a tiempo completo que no se proporcionan a los empleados temporales de 404-1. Promedio de horas de formación por año y por empleado. 404-2. Programas para mejorar las habilidades de los empleados y los programas de asistencia de transición.
Derechos Humanos	412-2. Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.
Salud y seguridad del cliente	416-2. Incidentes de incumplimiento de los impactos de los productos y servicios sobre la salud y la seguridad. 417-3. Incidentes de incumplimiento en las comunicaciones de marketing.
Ética publicitaria / Marketing responsable	418-1. Quejas sustanciales sobre violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos de los clientes. 419-1. Incumplimiento de las leyes y reglamentos en el área social y económica.
Calidad de Vida laboral	SOD3. Índice de calidad de vida laboral
Experiencia de compra (satisfacción del cliente, canales de atención y reclamos)	SOD4. Resultados de encuestas de satisfacción al cliente: Índice programa Promotor.
Salud y Seguridad laboral	SOD5. ILL. 403-8. Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo
Gestión de residuos (reciclaje, postconsumo)	SOD9. Toneladas de pilas recolectadas. SOD10. Toneladas de bombillos recolectados. SOD11. Toneladas de llantas recolectadas.
Diversidad e inclusión	SOD13. # de personas del programa Manos Capacitadas vinculadas de manera directa a la compañía (discapacidad cognitiva,
Transporte y logística	SOD14 huella. Medición de la huella de carbono de transporte. SOD14. Valor equivalente a las donaciones de producto entregadas.
Inversión social (donación de vueltas y productos)	SOD15. # de fundaciones beneficiadas por donación de producto. SOD16. Recaudo por donación de vueltas de clientes.
Impacto en la comunidad local – Voluntariado corporativo y SOS solidarlo	SOD20. # de intervenciones de voluntariado.

Conclusiones

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 ningún asunto que nos lleve a pensar que los indicadores dentro del alcance de la revisión y comprendidos en el Informe de Responsabilidad Social 2020 de Sodimac, del periodo comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2020, no han cumplido con todos los requerimientos para la elaboración de informes, de conformidad con la opción esencial de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Para aquellos contenidos de los Estándares GRI en donde Sodimac no reportó de forma cuantitativa (cifras) se revisó únicamente la información cualitativa que incluye procedimientos, políticas, evidencia de actividades realizadas, entre otros.

¹ El alcance de la revisión independiente de estos indicadores corresponde únicamente a las cifras de Colombia.

² Para este año no se tuvo acceso al detalle por tienda de ACPM, por lo cual se revisó como fuente primaria la base de datos interna del cliente, pero no se pudo contrastar la información con las facturas de los consumos.

Memorando de revisión independiente

Revisión Independiente del Informe de Sostenibilidad Social 2020

Declaración de independencia

Confirmamos nuestra independencia de Sodimac. Todos nuestros empleados realizan actualizaciones anuales a la Política de Ética donde puntualmente declaramos que no tenemos conflictos de interés con Sodimac, sus subsidiarias y sus grupos de interés.

Deloitte Asesores y Consultores Ltda

Jorge Enrique Múnera D.

Socio

Medellín, abril 2021

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

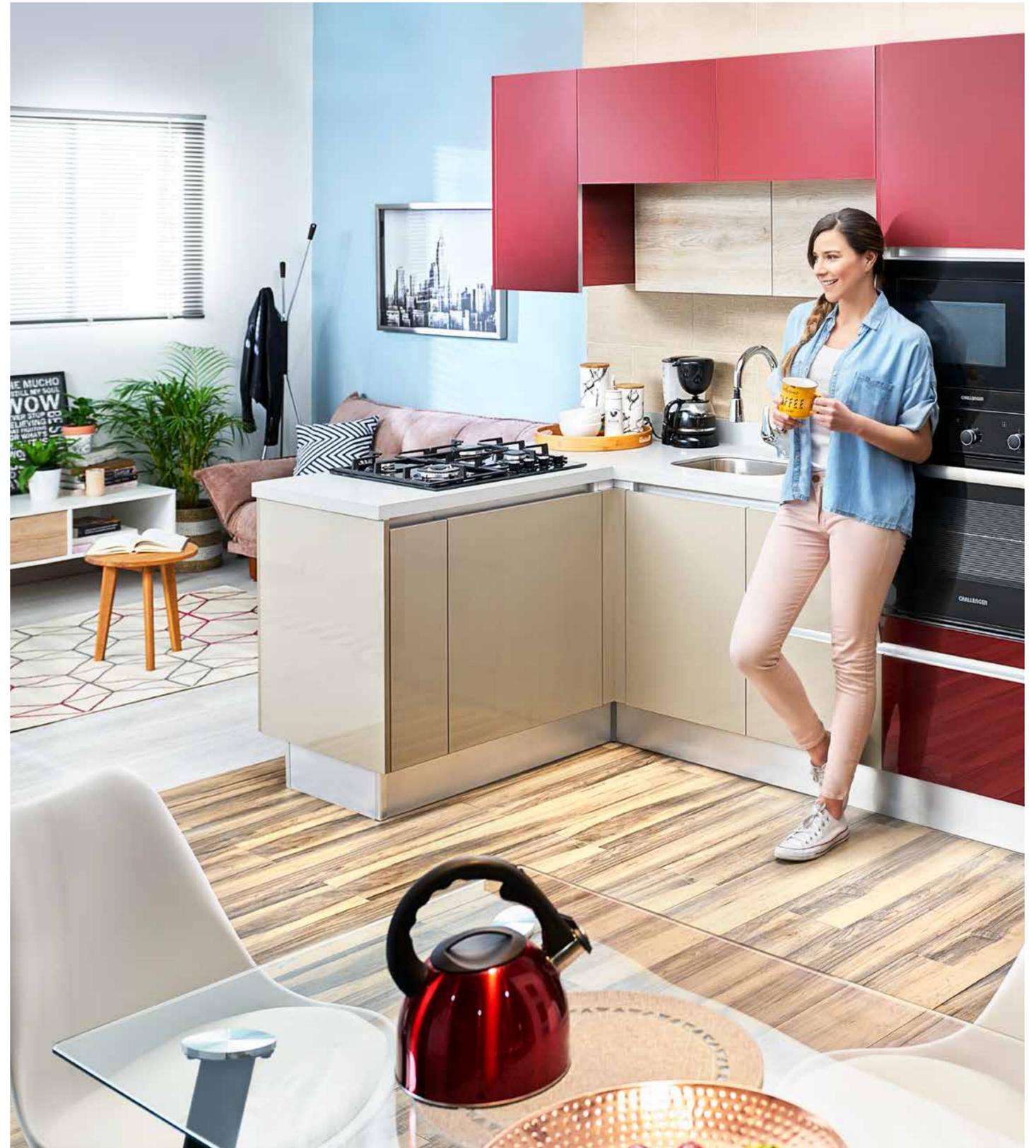
Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Deloitte & Touche Ltda., Deloitte Ltda., Deloitte Asesores y Consultores Ltda. y D Contadores Ltda., las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.

© 2021, Deloitte Asesores y Consultores Ltda.





Homecenter Colombia



@Homecenter_co



Homecenter Colombia



Homecenter_Co