

Reporte de *Sostenibilidad* 2025



Reporte de Sostenibilidad 2025

SODIMAC COLOMBIA S.A.

Comité de Gerencia

Miguel Pardo Brigard
Gerente General

Juan Pablo Camacho Pabón
Gerente Financiero y Administrativo

Diego Hernández Arizabaleta
Gerente de Desarrollo

Erasmus Moreno Aguilera
Gerente de Tecnología

Pedro José Gallón Tamayo
Gerente de Operaciones

Julián López Candamil
Gerente Cadena de Abastecimiento

Juanita Bejarano
Gerente de Personas y Responsabilidad Social

Luis Prieto Archidona
Gerente Comercial y Marketing



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

Gerente de Sostenibilidad
Paola Ximena Hernández
phernandezs@homecenter.co

Especialista de Responsabilidad Social
Isabella Castiblanco Taborda
icastiblanco@homecenter.co

Redacción
Paola Ximena Hernández
Isabella Castiblanco Taborda

Corrección de estilo
Descubre S.A.S.

Diseño y diagramación
Equilibrio Gráfico Editorial Ltda.

Fotografías e íconos
Archivo Sodimac Colombia S.A.
Freepick / iStock

 Homecenter Colombia

 @Homecenter_co

 Homecenter Colombia

 Homecenter_Co

 @Homecenter_col

 Sodimac Colombia

Contenido

4 Sodimac en cifras

5 Nuestros principales logros

Sociales	6
Ambientales	7

8 Nuestro perfil

Nuestros valores	9
Nuestra cultura	9
Composición accionaria 2025	9
Compromiso tributario	10
Nuestras marcas	10
¿Dónde estamos?	10
CEDIS	11
Call Center	11
Nuestros productos y servicios	12
Instalaciones	13
Car Center	13

14 Comprometidos con la sostenibilidad

Comité de Sostenibilidad	16
Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	17
Materialidad	18
Nuestros grupos de interés	20
Hitos de la sostenibilidad	22
Gestión integral de riesgos	22
Gestión de impactos en nuestra operación	23
Respetamos los derechos humanos	24
Diversidad, equidad e inclusión	26

30 Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

Junta Directiva	31
Equipo de Gerencia	32
Principios, instrumentos y herramientas	32
Herramientas para la gestión ética dentro de la empresa	33
Prevención y medidas de control en nuestros centros de trabajo	34

35 Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores

Nuestro talento en cifras	36
Experiencia Homecenter	38
Beneficios que transforman la experiencia de trabajo	40
Formarnos para crecer	41
Semilleros que mueven la aguja del talento interno	44
Acompañando a quienes más queremos	44
Nuestras relaciones laborales	45
Comprometidos con nuestro cuidado SST	46
Auditoría Interna y Externa	47
Gestión de Peligros	47
Estrategia de reporte preventivo	47
Gestión de amenazas	47
Gestión de salud	48
Transformación Digital en SST	48

49 ¿Qué hacemos por nuestra comunidad?

Principios que nos guían	50
Mejoramiento del hábitat	51
Proyectos integrales	52
Programa de recaudo	54
Soy Voluntario	55
Plataforma #MiHábitat	57
Productos que Cumplen Sueños	57
Fortalecimiento de capacidades	58
Talento que Construye	59
Relacionamiento con comunidades en aperturas	59

60 Nuestros clientes, motor de servicio, calidad e innovación

Evolución de la experiencia: transformación y automatización	61
Canales de atención y comunicación con nuestros clientes	64
Escucha, medición y mejora continua	66
Posventa, reclamos y protección del cliente	66
Proyectos por segmento de clientes	67
Nuestro compromiso con la calidad	68
Otras herramientas	69

70 Gestión ambiental

Desempeño ambiental	71
Gestión sostenible de la energía	74
Gestión sostenible del agua	75
Residuos	75
Cambio Climático	79
Medición de la huella de carbono	80
Huella de carbono en el transporte	81
Certificación ISO 14001:2015	82
Economía Circular	82
Aprovechamiento de Residuos como CDR	83
Aprovechamiento de residuos especiales	84
Ciclo de vida del producto	84
Formación Ambiental 2025	85

87 Proveedores, aliados estratégicos

Soluciones que mejoran la gestión	88
Gestión integral de proveedores	89
Evaluación y mejora continua	90
Contribuimos al desarrollo del país	91
Sostenibilidad como eje estratégico	92
Los clientes, nuestro compromiso	93

94 Anexos



Palabras Gerente general

Sodimac Colombia



En Homecenter seguimos enfocados en entregar una propuesta de valor sólida en su esencia y que evoluciona con las necesidades de nuestros clientes, aliados (proveedores y sellers), colaboradores y comunidades.

El año 2025 estuvo marcado por un entorno económico retador, con un crecimiento del PIB del 2,6 %, un decrecimiento del PIB de construcción de -2,8% (-7.5% en edificaciones) y una inflación del 5,1 %. En medio de este escenario, el sector comercio mostró una recuperación de +4.6% y mejoró la confianza del consumidor con resultados positivos a partir del segundo semestre.

En este entorno, aceleramos la transformación del negocio, simplificamos procesos y ampliamos nuestro ecosistema, integrando nuevas capacidades tecnológicas y explorando oportunidades para mantenernos en la senda de crecimiento.

Gracias a este esfuerzo y al trabajo en equipo, alcanzamos ingresos por \$6,94 billones, un crecimiento del 16 % frente a 2024, y una utilidad neta de \$361.172 millones, con un incremento del 21 % frente al año anterior. Superamos por primera vez el billón de pesos en ventas del retail digital, alcanzando \$1,22 billones, y registramos participación del 14% en clientes omnicanales, consolidando una experiencia cada vez más unificada entre lo físico y lo digital. La innovación, como uno de nuestros ejes estratégicos, fue un foco central durante el año.

En 2025 inauguramos Petizoos, nuestra primera tienda especializada en mascotas, una apuesta por ampliar nuestra propuesta de valor y responder a nuevas necesidades de nuestros clientes, con resultados comerciales que superaron ampliamente el promedio de la categoría. De manera complementaria, avanzamos en la implementación de nuestro programa de transformación digital basada en inteligencia artificial, junto con la robotización del Centro de Distribución y el fortalecimiento de la productividad logística. Estas capacidades de analítica avanzada e inteligencia artificial se aplicaron a la planeación de la demanda y la gestión de inventarios, fortaleciendo la disponibilidad de productos y mejorando el surtido en tienda y en los canales digitales. Asimismo, permitieron ampliar la personalización de la experiencia y ofrecer procesos de compra más ágiles y confiables, facilitando un viaje de compra integrado y satisfactorio para nuestros clientes.

El talento siguió siendo una prioridad. Cerramos el año con 8.590 colaboradores y más de 540.000 horas de formación que fortalecieron habilidades clave en toda la organización. A través de nuestra Escuela de Liderazgo, continuamos desarrollando las competencias que impulsan el crecimiento y acompañan la evolución del negocio.

Nuestro compromiso social también avanzó. El programa Yo Creo en la Construcción de mi Futuro formó a más de 800 jóvenes y facilitó el acceso a empleo a más de 170 de ellos, obteniendo reconocimientos como el premio Construimos a la Par, de Camacol, y una nominación en los premios Portafolio. Por su parte, el programa de

Mejoramiento del Hábitat benefició a 20 nuevas familias en Circasia (Quindío), integrando nuevas soluciones de vivienda y el mejoramiento de 10 viviendas ya existentes, generando progresos y desarrollo socioeconómico. En seis años, esta iniciativa ha transformado la vida de más de 17.000 personas en zonas vulnerables del país.

En el frente ambiental, fortalecimos la estrategia climática con la tercera cubierta fotovoltaica, alcanzando 1,5 millones de kWh anuales con 3 tiendas. Sostuvimos la certificación de carbono neutro en 42 tiendas y 3 centros de distribución. En economía circular, incrementamos el aprovechamiento de madera, polvos de construcción y *drywall*, y evitamos 38t de CO₂ con nuevos modelos de valorización. y recibimos reconocimientos por liderazgo en circularidad y educación ambiental. Como parte de esta evolución, también fortalecimos la oferta sostenible a través de la línea ECO, que hoy supera los 8.000 productos.

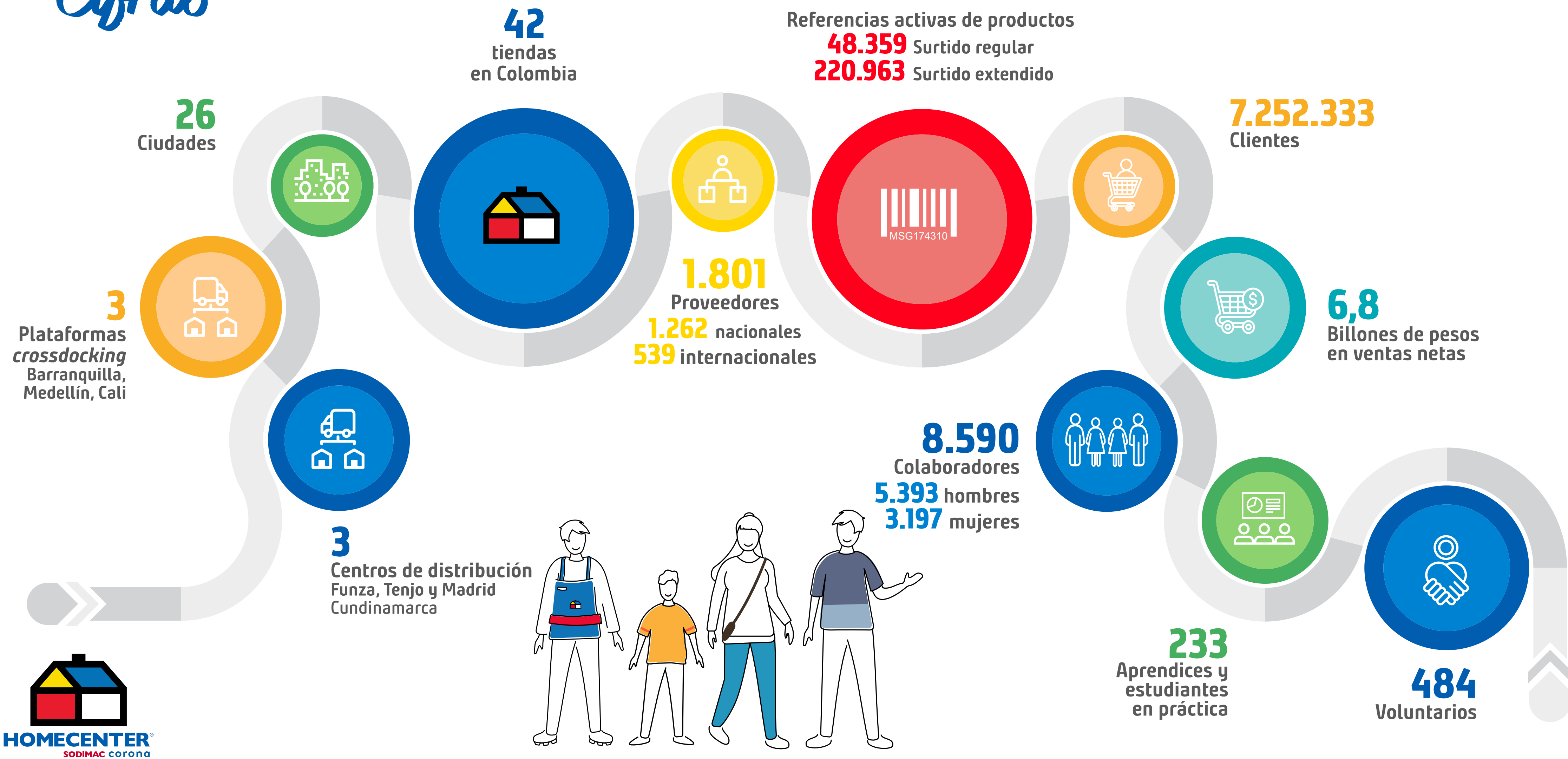
Con orgullo y con la satisfacción del deber cumplido, seguimos haciendo realidad los sueños de millones de colombianos.

Este informe cumplió con los estándares de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) y fue verificado por KPMG, firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad.

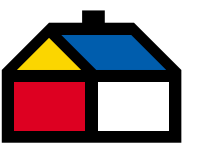
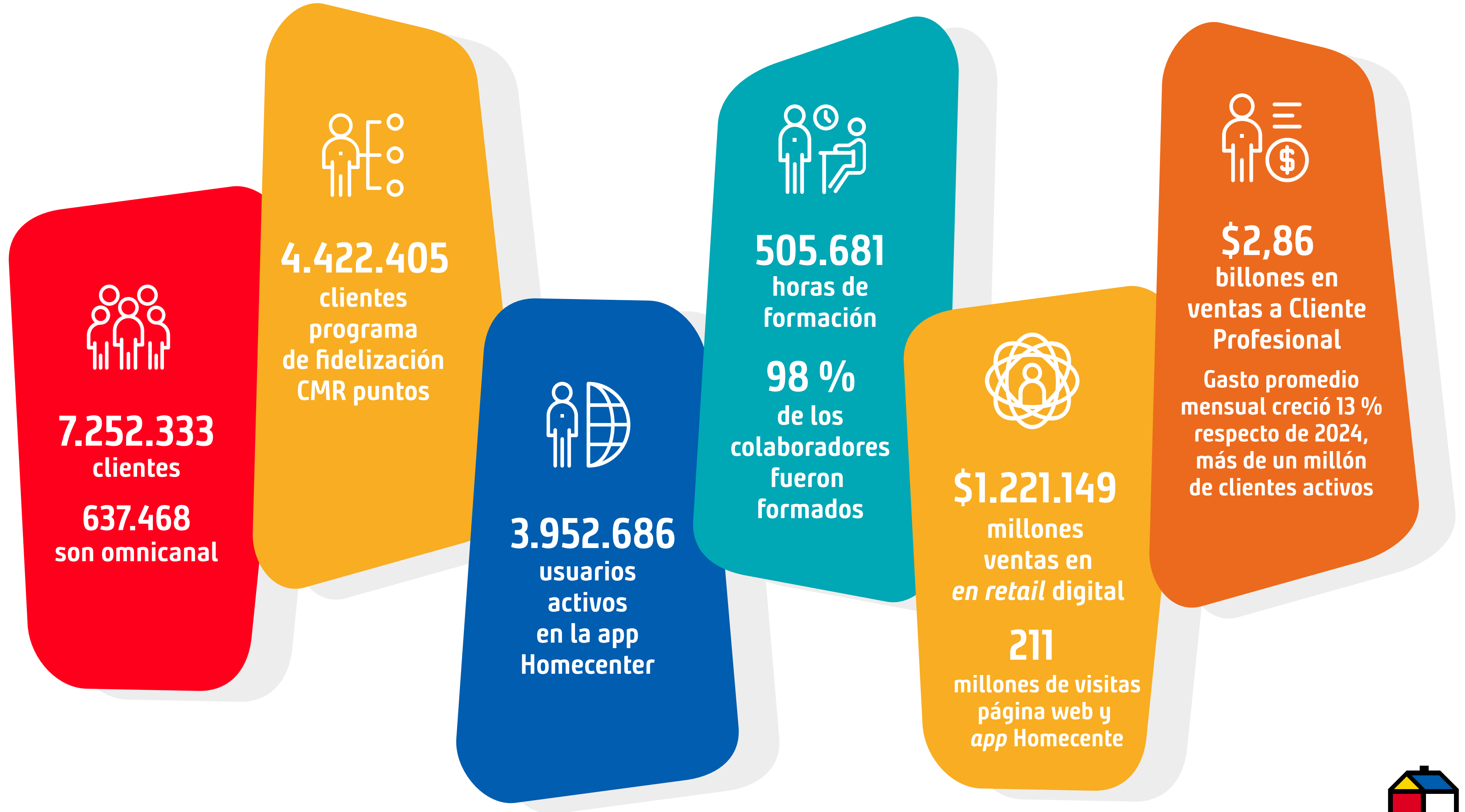
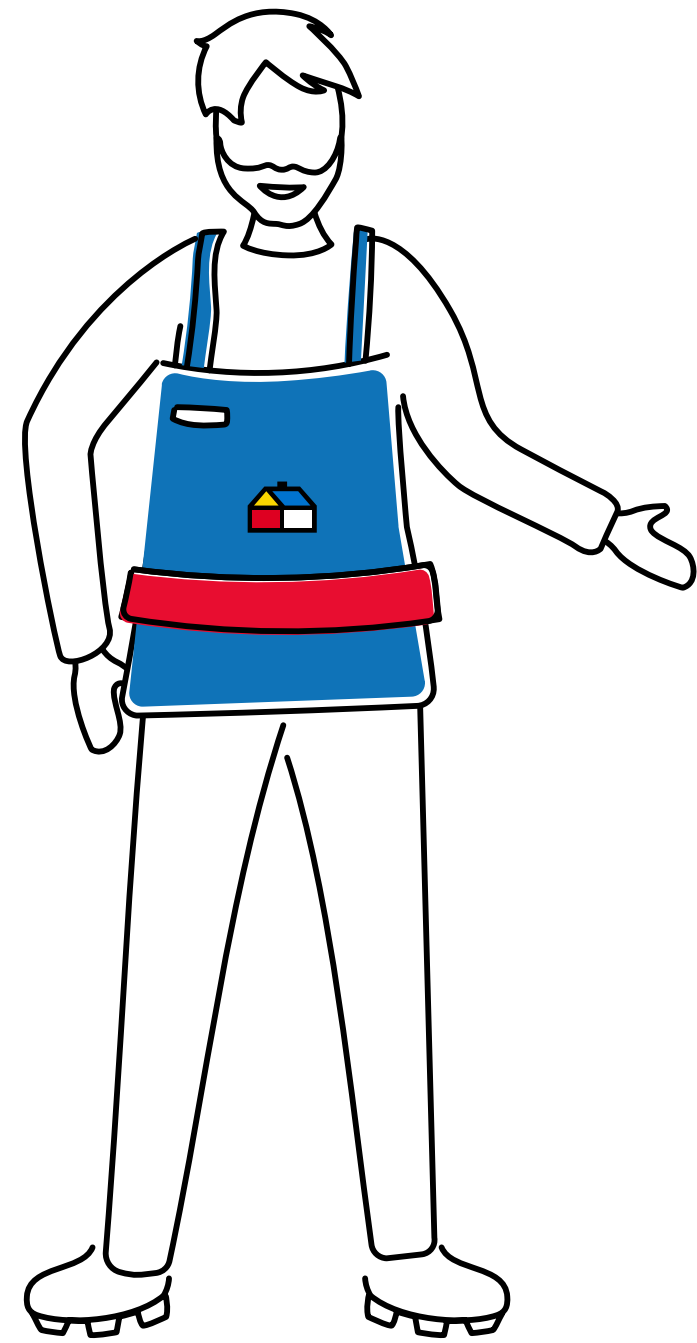
Miguel Pardo Brigard
Gerente General



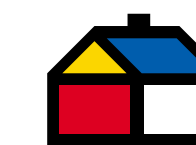
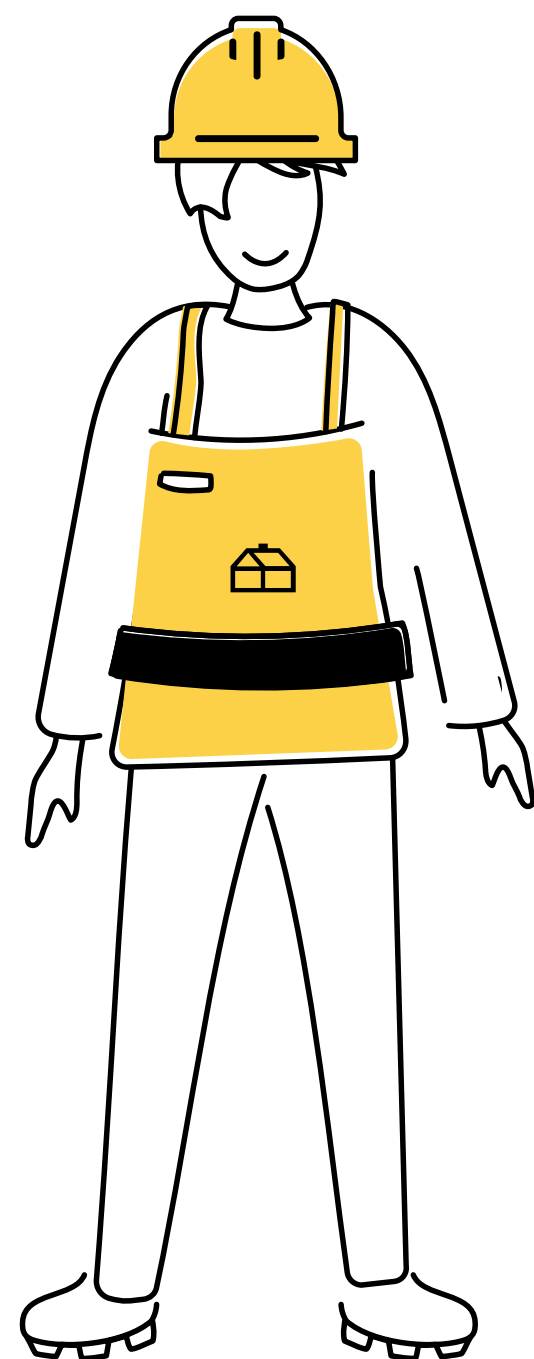
Sodimac en *Cifras*



Nuestros principales Logros



Sociales



Ambientales



1 Renovamos la certificación del sistema de gestión ambiental en 42 tiendas y 3 centros de distribución, recibimos reconocimientos por liderazgo en economía circular y realizamos nuestro primer evento carbono neutro de gran escala.

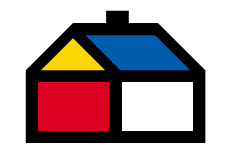
2 Compensamos el 100 % de las emisiones de Alcances 1 y 2, y mantuvimos la certificación como organización carbono neutro.

3 Implementamos una calculadora de emisiones para la milla larga, habilitando medición en tiempo real y preparando la línea base de última milla para 2026.

6 Evitamos la emisión de 38 toneladas de CO₂ gracias al fortalecimiento y expansión de nuestros modelos de valorización en nuevas regiones.

5 Cumplimos al 100 % las metas de economía circular y aumentamos el aprovechamiento de maderas (24 % a 67 %) y de polvos /drywall (20 % a 39 %).

4 Entró en operación nuestra tercera cubierta fotovoltaica, alcanzando 1,5 millones de kilovatios hora anuales y proyectando sumar 2 millones de kilovatios hora adicionales en 2026.



Nuestro Perfil

Con más de treinta años de presencia en Colombia, en Homecenter hemos construido mucho más que tiendas: hemos construido una relación con las familias, los territorios y los sueños que se materializan en cada hogar del país. Nuestro origen colombochileno nos ha permitido crecer con una mirada diversa, innovadora y comprometida con el desarrollo de las comunidades.

Nuestra organización está presente hoy en siete países de América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Uruguay; en ellos, nuestras marcas Sodimac, Maestro, Dico, Imperial, Homy, Constructor y Homecenter comparten la misma vocación de servicio. En este camino nos hemos consolidado como líderes del sector *retail*, ofreciendo soluciones integrales para proyectos de construcción, remodelación, decoración y productos para el hogar.

El servicio al cliente y la innovación son el centro de nuestra estrategia, y por eso en Homecenter estamos cambiando la forma de comprar. Después de más de diez años de trabajar bajo la modalidad omnicanal, nos hemos consolidado como una de las empresas de *retail* líder en este segmento y hoy hemos evolucionado a una experiencia integrada. Esto le permite al cliente realizar su viaje de compra fluida y transparentemente, pues todos los canales están conectados, lo que hace más sencilla y amigable su experiencia.

Durante 2025, esta experiencia integrada abarcó seis frentes y 40 iniciativas, que incluyeron todos los canales de venta, como tiendas físicas (formato Homecenter/Constructor), página web, aplicación móvil (*app* Homecenter), venta telefónica (*call center*), pantallas digitales en tienda y venta experta por WhatsApp con propuesta de valor para el cliente profesional y el cliente hogar.

Uno de los principales hitos del año fue la consolidación y expansión de la inteligencia artificial (IA) como herramienta de ayuda y mejoramiento de la experiencia del cliente, de los aliados estratégicos y de nuestros colaboradores. Su implementación se centró en agilizar el proceso de compra, maximizar los ingresos y elevar la eficiencia operativa bajo un marco ético y seguro.

Entre los avances más relevantes se destacó la incorporación de Tevo, un asistente enfocado en la gestión de inventarios y la experiencia del cliente, y Arthur, un robot especializado en el movimiento de carga pesada. Para nuestros clientes desarrollamos la segmentación y personalización por comprador, buscando satisfacer sus necesidades, gustos y presupuestos, con base en sus preferencias. Y para nuestros colaboradores, la entrada en operación en la mesa de ayuda virtual del agente SonIA, diseñado para capturar más de 140.000 requerimientos anuales de nuestros más de 8.000 empleados en los 42 tiendas.

La diversidad es un pilar que define a nuestra organización. En cada equipo y en cada historia encontramos la fuerza para transformar realidades y aportar a un país más in-

clusivo y justo. Creemos en el potencial de las personas para construir hogares, comunidades y futuros posibles, y trabajamos para que nuestros espacios, servicios y programas inspiren a los colombianos a cumplir sus sueños.

Con visión de largo plazo, asumimos con convicción el desafío de responder a un entorno en permanente transformación. A través de una cultura basada en el respeto, la confianza y el trabajo en equipo, que nos impulsa a innovar, mejorar y avanzar de la mano de nuestros colaboradores, proveedores y comunidades. Así mantenemos un crecimiento sostenible y generamos un impacto que perdura en el tiempo, reafirmando nuestro compromiso de estar al servicio del hogar y de las personas que depositan su confianza en nosotros.



Nuestros valores

Nuestros valores corporativos orientan nuestras decisiones y definen la forma en la que trabajamos. Son la base de nuestra cultura y el marco que nos permite actuar con coherencia y responsabilidad. A partir de ellos fortalecemos prácticas sostenibles que reflejan nuestra identidad y nos impulsan a acompañar a nuestros clientes en la ejecución de sus proyectos.



- **Respeto:** valoramos la diversidad y promovemos relaciones basadas en la escucha y la colaboración.
- **Excelencia:** trabajamos con enfoque en el cliente y la mejora continua.
- **Integridad:** actuamos con transparencia, honestidad y coherencia.
- **Responsabilidad:** asumimos nuestros actos y sus impactos con compromiso.

Nuestra cultura

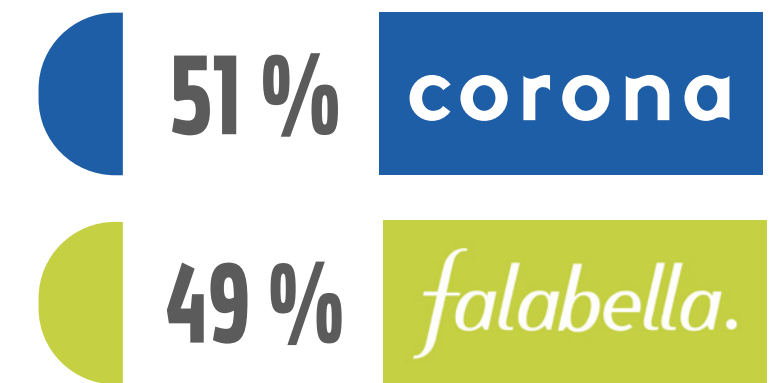
La cultura Homecenter refleja nuestra vocación de servicio y nuestro compromiso con las personas. A través de nuestras acciones damos vida a nuestro propósito y a nuestros valores, construyendo una organización en la que la diversidad, la calidad humana y la inclusión social son parte esencial de nuestra identidad. Esta cultura se sustenta en tres pilares fundamentales:

- El cliente es nuestra razón de ser.
- Actuar con agilidad y disposición para experimentar.
- Fomentar una mentalidad orientada al cambio.



Composición accionaria 2025

La composición accionaria de Sodimac sostiene nuestro crecimiento y simboliza la unión de visiones y fortalezas que potencian nuestro diario quehacer.



Valor económico directo creado (VEC)

En 2025 orientamos parte de nuestros recursos a fortalecer la operación, apoyar a nuestros proveedores y contribuir al bienestar de las comunidades. La siguiente tabla muestra los principales movimientos económicos del año.

	2024	2025
Pagos a proveedores de materia prima y servicios	\$5.218.068.451.835	\$6.040.392.781.855
Salarios y beneficios sociales	\$394.275.055.617	\$440.242.550.075
Pago proveedores a fondos	\$247.151.357.240	\$315.229.755.896
Pagos al Gobierno	\$211.453.077.011	\$260.204.442.501
Inversiones en la comunidad	\$1.849.976.773	\$1.403.689.447

Compromiso tributario

En Homecenter ratificamos nuestro compromiso con una gestión tributaria responsable y transparente. Rechazamos cualquier práctica orientada a la evasión de impuestos, el uso de paraísos fiscales o el traslado del valor generado a jurisdicciones de baja tributación. Nuestra gestión se rige por el respeto a la normativa fiscal, asegurando el pleno cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias, tanto formales como sustantivas, en estricto seguimiento a la legislación colombiana.

El cumplimiento tributario no se limita a una obligación legal; constituye un pilar esencial de nuestra estrategia empresarial. Para cumplir con nuestros objetivos, analizamos de manera rigurosa la normativa tributaria aplicable a cada uno de nuestros negocios, identificamos las disposiciones relevantes y evaluamos el impacto fiscal de cada nuevo proyecto.

Asimismo, fortalecemos una cultura de actualización permanente en materia fiscal a través de programas de capacitación continua y el respaldo de asesores tributarios calificados. Esto garantiza que nuestras decisiones empresariales se ajusten a la normativa y reflejen las mejores prácticas tributarias.



Nuestras marcas



En Homecenter el cliente es el centro de lo que hacemos. Nos enorgullece poner a disposición de nuestros clientes una amplia oferta de productos y servicios, con precios altamente competitivos y el acompañamiento personalizado de un equipo experto. Trabajamos para que cada visitante, tanto en nuestras tiendas físicas como en nuestros canales digitales, encuentre lo necesario para convertir su hogar en el espacio que siempre ha soñado.



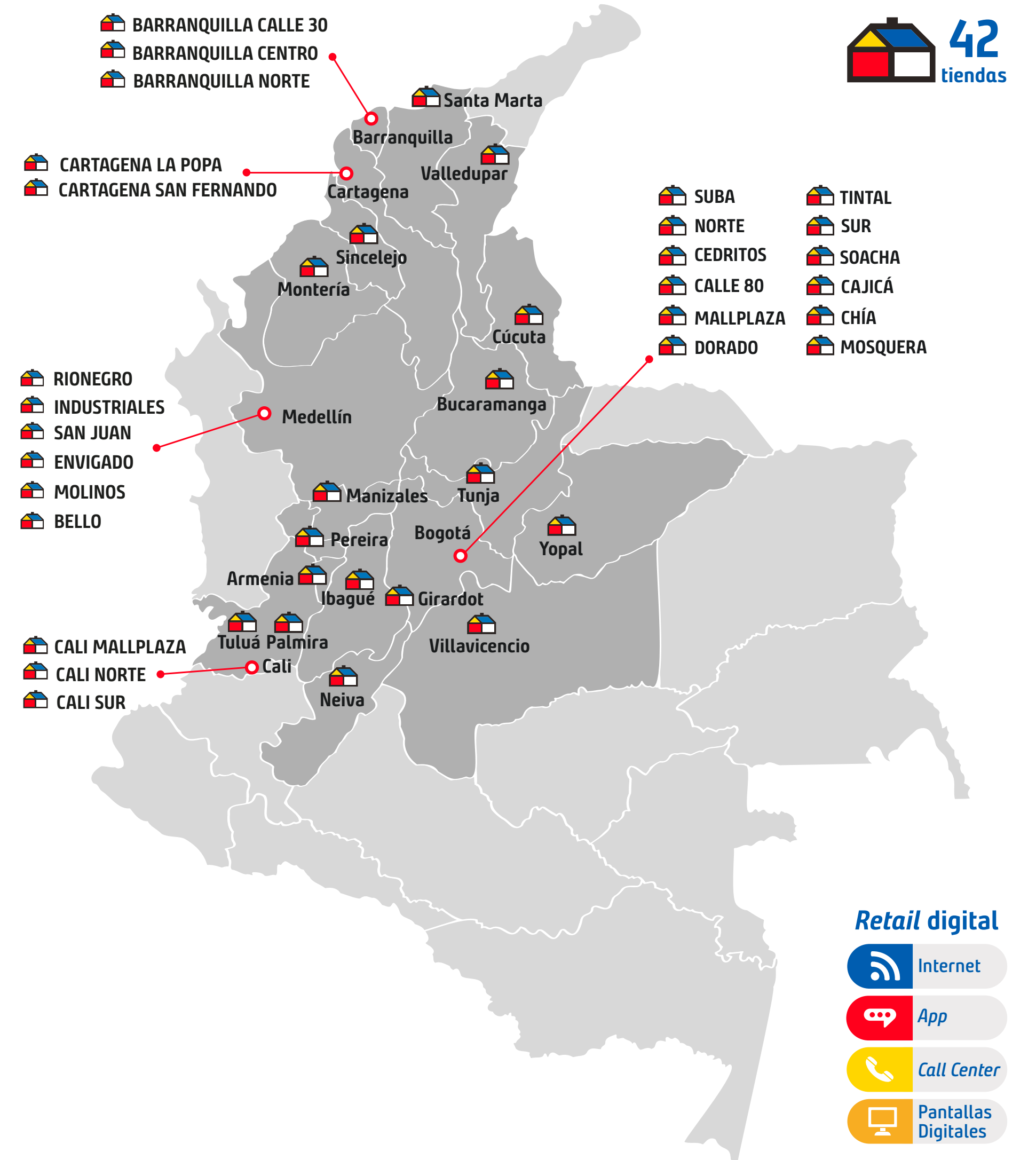
Buscamos ser el aliado estratégico de los profesionales de la construcción. Para lograrlo, trabajamos en el fortalecimiento de su desarrollo y éxito empresarial a través de programas de formación, una extensa oferta de productos y marcas líderes, asesoría técnica especializada y precios competitivos.



Reafirmamos nuestro compromiso con el desarrollo de las empresas del sector de la construcción, sean pequeñas, medianas o grandes. En Homecenter Empresas ponemos a su disposición asesoría personalizada y un amplio catálogo de productos y servicios pensados para facilitar su labor. Ofrecemos cotizaciones inmediatas, asistencia técnica y entregas directas en obra, convirtiéndonos en un socio de confianza para su crecimiento y éxito.

¿Dónde estamos?

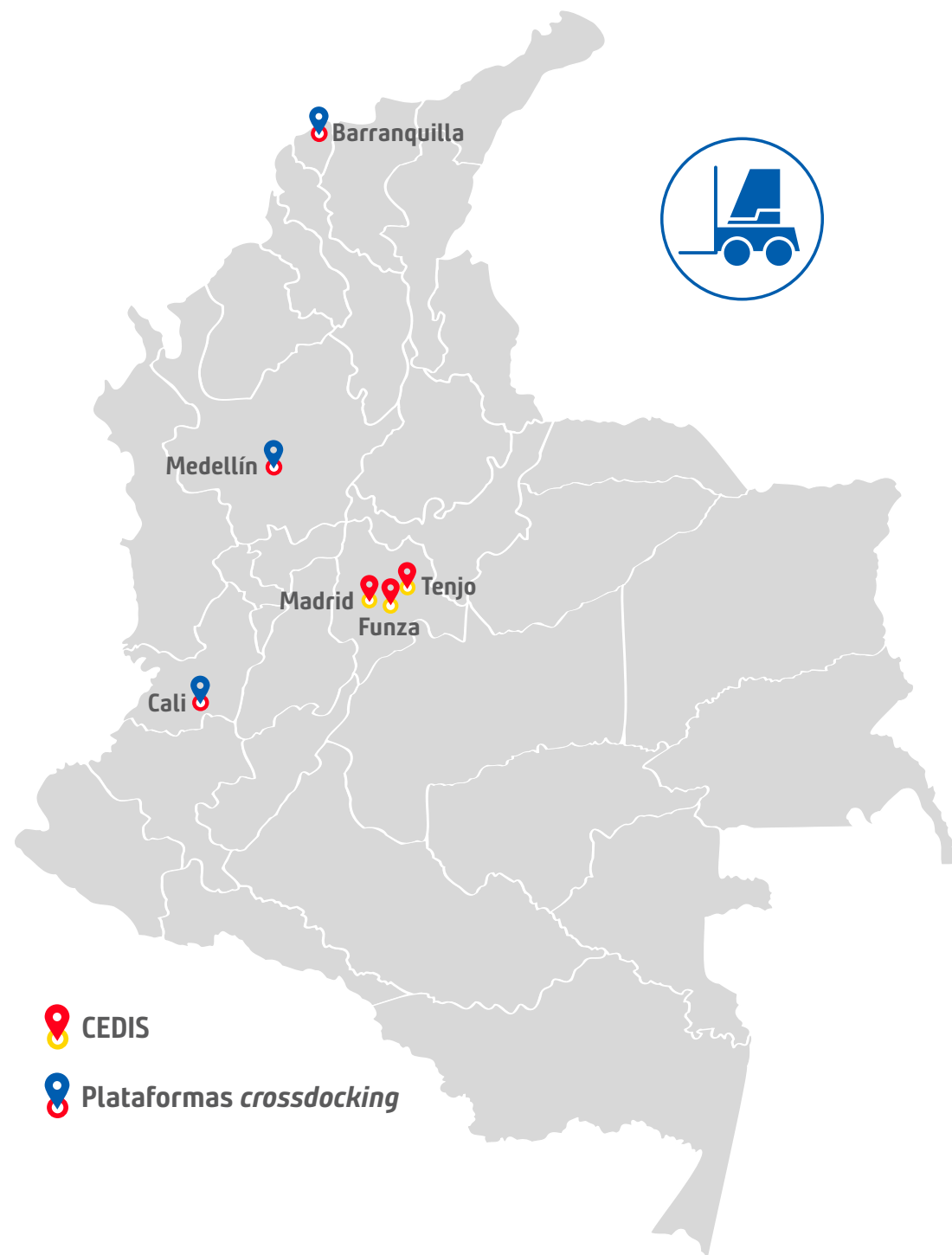
Hoy tenemos presencia en 26 ciudades de Colombia con 42 tiendas, tres centros de distribución, tres bodegas adicionales, un call center y una oficina de apoyo a nuestras tiendas.



CEDIS

Nuestros tres centros de distribución son el epicentro logístico que impulsa nuestra operación en el país. Junto con tres plataformas de *crossdocking*, hacen posible que cada producto llegue a tiempo y al lugar en el que nuestros clientes lo necesitan, conectando proyectos, hogares y sueños en cada entrega.

La automatización de procesos y la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas han permitido que nuestra operación sea cada vez más ágil, precisa y confiable. Estos avances, además de optimizar la forma en la que trabajamos, consolidan a Homecenter como una de las compañías líderes en eficiencia logística en Colombia, reafirmando nuestro compromiso con la innovación y con una mejora continua que pone al cliente en el centro.



CEDIS Funza

El Centro de Distribución en Funza se ha consolidado como el CEDIS más moderno y de mayor capacidad del país, con más de 100.000 metros cuadrados de área diseñados para impulsar la eficiencia de nuestra operación. La incorporación de inteligencia artificial a través del sistema GTP (*goods to person*) eleva nuestros estándares logísticos, permitiendo mayor velocidad, precisión y control en la gestión de productos. Esta innovación nos acerca a un modelo operativo más ágil y confiable, optimizando los tiempos de entrega y asegurando el abastecimiento oportuno de las tiendas en el territorio nacional.

Para agilizar las tareas cotidianas, aliviar la carga operativa y mejorar la velocidad con la que respondemos a



las necesidades de nuestras tiendas y clientes, en 2025 recibimos 23 robots Arthur, equipos que nos permitieron incrementar nuestra eficiencia.

CEDIS Madrid y Tenjo

Los centros de Distribución de Madrid y Tenjo, en Cundinamarca, son parte esencial del corazón logístico que mueve a Homecenter. En ellos recibimos productos nacionales e importados que luego enviamos a nuestras tiendas con eficiencia y precisión. Específicamente, el CEDIS de Madrid está dedicado al manejo y distribución de productos de obra gruesa y del Patio Constructor, lo que nos permite ofrecer un servicio especializado y responder con rapidez a las necesidades de quienes construyen y transforman el país.

Call Center

En Homecenter trabajamos para que el cliente reciba una atención amable, cercana y esmerada. Por eso contamos con un centro telefónico propio y canales como WhatsApp y un *chatbot*, que nos permiten acompañar a nuestros clientes en sus procesos de compra y responder a sus necesidades de forma oportuna y clara.

Uno de nuestros mayores orgullos es el servicio de videollamada en lenguaje de señas, una iniciativa que abre la experiencia de compra a la comunidad sorda. Con este servicio derribamos barreras de comunicación y garantizamos que todas las personas puedan ser escuchadas, orientadas y atendidas con dignidad. Este compromiso con la inclusión refleja nuestro propósito de servir con empatía y construir relaciones que reconozcan la diversidad de quienes confían en nosotros.

Los resultados de 2025 reflejan el alcance y la evolución de este servicio integral. Cada interacción registrada en nuestros canales es una muestra del valor que genera un modelo de atención pensado para acompañar, resolver y hacer presencia en cada paso del camino.

LÍNEA VENTA TELEFÓNICA
01 8000 12 73 73
#689
LÍNEA CONSTRUCTOR
Compre desde su obra

Llamadas atendidas:	289.340
Ventas por WhatsApp:	74.160
Total ventas por <i>call center</i> :	158.416

Nuestros productos y servicios

Contamos con 2.986 categorías de productos organizadas en 27 familias que incluyen desde materiales de construcción y ferretería, hasta terminaciones, hogar y jardín. Con esta variedad de soluciones abarcamos distintos estilos, necesidades y formas de vivir el hogar. Además, hemos fortalecido nuestra propuesta de valor con asesoría personalizada y herramientas digitales que guían a nuestros clientes en cada etapa, desde el armado de muebles hasta la selección de productos que transforman sus espacios.

En 2025, el negocio de seguros se plantea como una nueva vertiente de Servicios Homecenter, orientada a implementar un portafolio de seguros diseñados para integrarse de manera natural al viaje del cliente. De igual forma, el nuevo formato para mascotas, llamado Petizooos, aparece como una puerta más para acercarse al hogar y la familia.



Productos



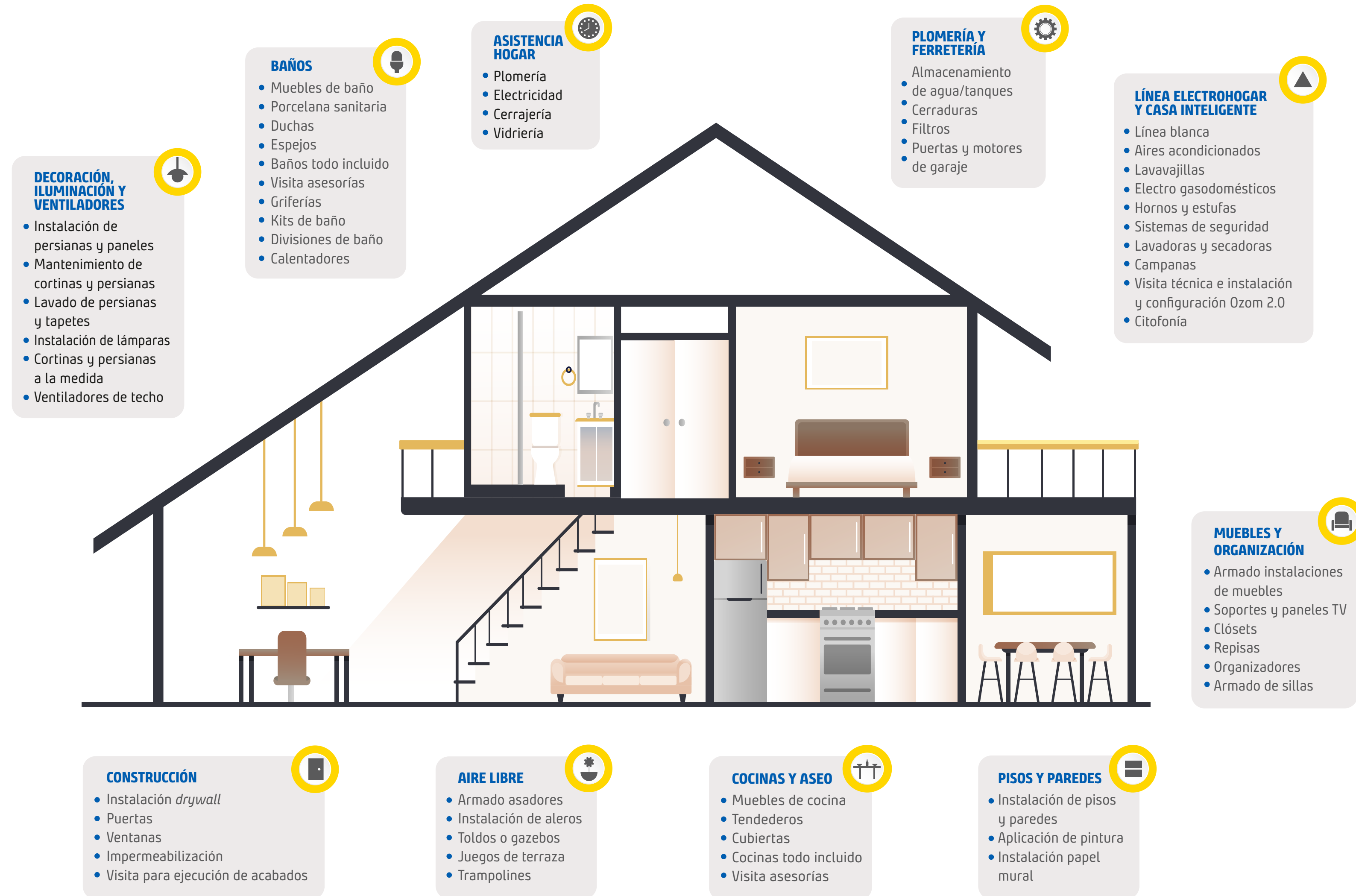
Servicios



Instalaciones

Con el conocimiento y acompañamiento de nuestros especialistas creamos soluciones que integran funcionalidad, diseño y accesibilidad, siempre ajustadas al presupuesto y a las expectativas de cada cliente, para transformar sus espacios con

sentido y propósito. Este enfoque integral en el servicio se reflejó en un crecimiento del 15,9 % en ventas frente a 2024, lo que reafirma la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros.



Car Center

Desde 2011 nuestra serviteca automotriz ha acompañado a los colombianos en el cuidado de sus vehículos, ofreciendo servicios confiables y accesibles. En 2025 seguimos fortaleciendo esta experiencia a través de nuestros 32 *car centers*, ubicados en Bogotá, Barranquilla, Armenia, Pereira, Cartagena y Cali. Nuestros clientes encuentran en ellos el respaldo, la atención especializada y la seguridad que da el contar con un aliado.



- Alineación
- Lavado y polichado para auto, moto y bicicleta
- Balanceo
- Seguridad: revisión viajera
- Cambio de aceite
- Recarga de aire acondicionado
- Instalación de baterías, llantas y plumillas
- Venta de seguros SOAT



Comprometidos con la *Sostenibilidad*

En Homecenter adoptamos una política de sostenibilidad con enfoque integral, reconociendo que el crecimiento y el éxito dependen del bienestar de las comunidades y la conservación del medioambiente. Al priorizar la sostenibilidad, impulsamos el desarrollo económico, promovemos la preservación de los recursos naturales y fortalecemos el bienestar social, generando valor a largo plazo para nuestros grupos de interés.



Durante 2025 trabajamos para construir un futuro más sostenible, con el desarrollo de iniciativas que impactan positivamente nuestra cadena de valor y benefician a colaboradores, clientes, proveedores y comunidades. Nuestro objetivo es generar acciones que contribuyan al bienestar de las personas y del planeta, mientras crecemos de manera responsable y alineada con normativas internacionales en materia de sostenibilidad, mediante instrumentos como:

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

El modelo actual de sostenibilidad de Homecenter está soportado en los siguientes seis pilares.

Crecimiento Innovación Sostenibilidad Rentabilidad



Ética empresarial y Buen Gobierno Corporativo: velamos por la transparencia de nuestras actuaciones, fortaleciendo la confianza, admiración, respeto y credibilidad con los grupos de interés con los que interactuamos.

Desarrollo de proveedores comerciales: construimos relaciones comerciales competitivas de confianza y largo plazo.

Contribución a la comunidad: generamos crecimiento, progreso y desarrollo a la sociedad, a través de proyectos comunitarios que impulsan la educación, la inclusión y la vivienda digna, contribuyendo a un mejor país.

Marketing y comercio responsable: desarrollamos productos y servicios amigables con el ambiente y la sociedad, que lleven a nuestro consumidor una experiencia de compra consciente y de calidad.

Mejoramiento de la calidad de vida: promovemos el desarrollo integral de nuestros colaboradores a través de empleos dignos que fortalezcan su talento, potencien su bienestar y contribuyan a nuestra sociedad.

Gestión ambiental: promovemos el cuidado y la protección del medioambiente mediante la gestión responsable de nuestros impactos y la adopción de prácticas sostenibles que contribuyen al bienestar del planeta.

Estos pilares dan forma a nuestras estrategias, iniciativas y programas, y sirven como guía para la toma de decisiones. Nos permiten gestionar de manera integral los riesgos e impactos de nuestras operaciones.

Alcance del reporte de sostenibilidad

Este informe resume los logros de Sodimac Colombia en el campo de la sostenibilidad durante el último año, en las 26 ciudades donde operamos. Durante 2025 fortalecimos nuestras prácticas y nos adaptamos a los desafíos de un entorno cambiante y exigente. El documento detalla los avances en las áreas económica, social y ambiental, y las estrategias que contribuyen con nuestros grupos de interés. Elaborado bajo los estándares GRI y validado por KPMG, aseguramos la transparencia y precisión de la información.



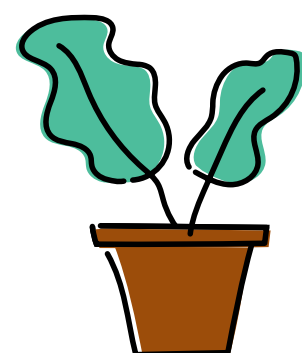
Comité de Sostenibilidad

Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad, contamos con un comité liderado por la Gerencia General y conformado por un equipo diverso, que asegura que nuestras metas corporativas estén alineadas con los principios de sostenibilidad. Este comité desempeña un papel clave en la creación, seguimiento y ejecución de estrategias que impulsan prácticas responsables dentro de la empresa y fortalecen nuestra relación con los grupos de interés.

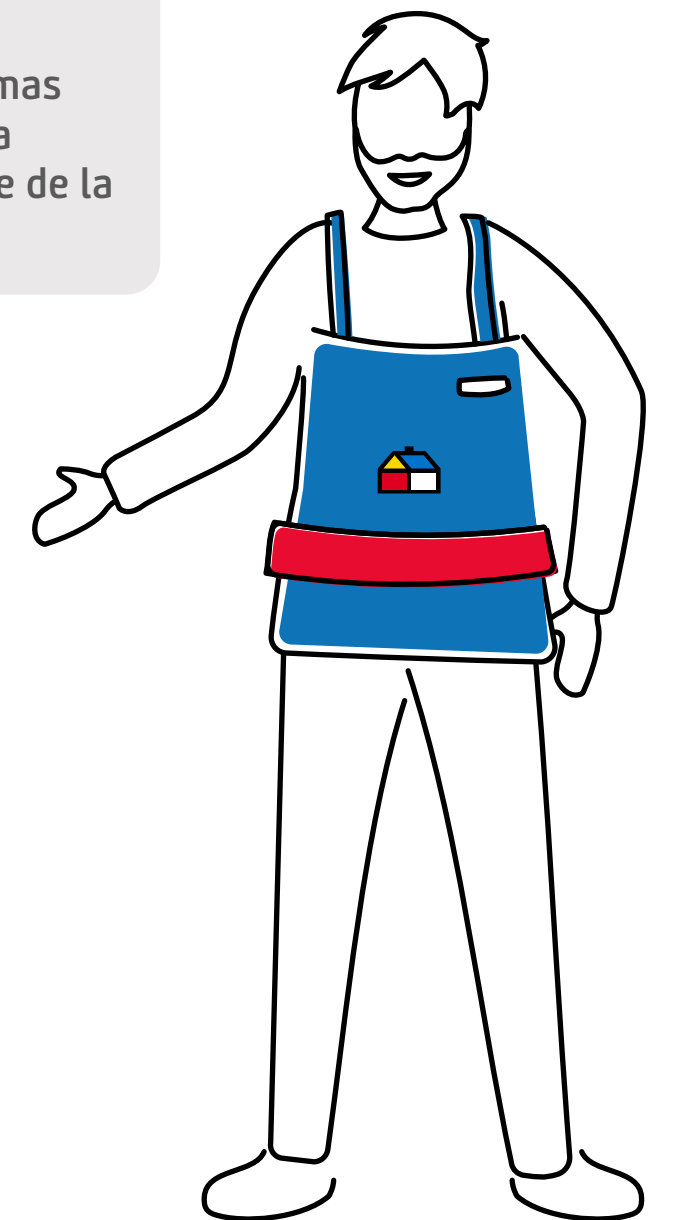
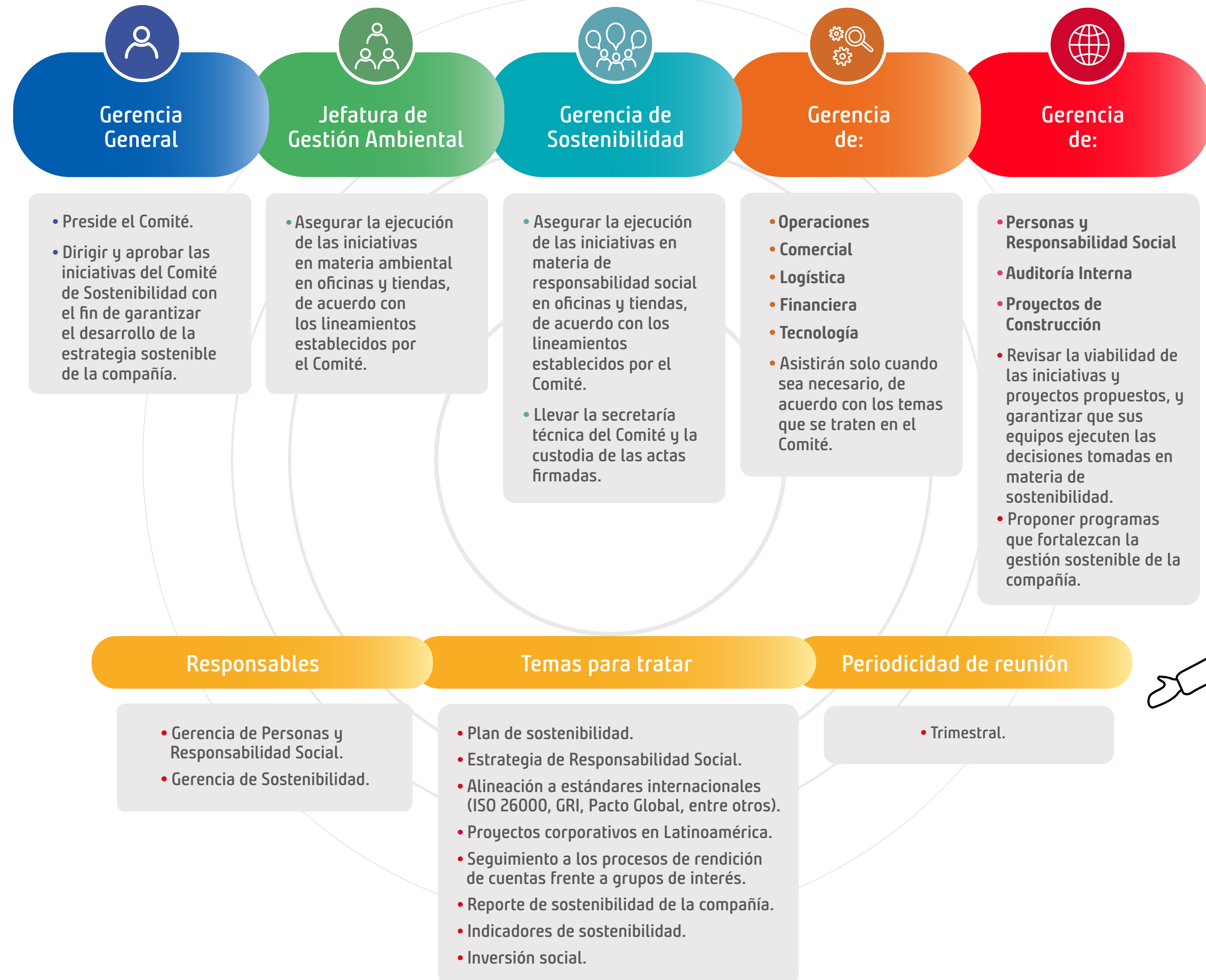
Funciones del comité

- Dar lineamientos dentro de sus áreas para asegurar la implementación de las iniciativas y programas.
- Proponer programas, planes o iniciativas en materias relacionadas con sostenibilidad, 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 Homecenter y proponer las actualizaciones que sean necesarias.
- Realizar el seguimiento a la ejecución de los compromisos con las partes interesadas y del plan de sostenibilidad.

El comité coordina los temas de sostenibilidad junto con la Organización Corona y Sodimac Chile, que trabajan en equipo para generar sinergias. Sus integrantes actúan como agentes de cambio, detectando oportunidades y proponiendo soluciones que impulsen un impacto positivo tanto en la empresa como en la sociedad.



Modelo de gestión del Comité de Sostenibilidad



Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En Homecenter adoptamos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas como el marco rector de nuestras operaciones. La integración estratégica de estos objetivos nos permite generar un impacto positivo en pilares fundamentales como el bienestar social, la inclusión, la acción climática y la economía circular, para contribuir a un futuro más equitativo y sostenible.

Nuestro proceso para identificar los ODS se basa en la Guía para la Acción Empresarial, un documento clave desarrollado por el GRI, el Pacto Global de la ONU y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible. Tras esta identificación, alineamos los objetivos con los seis pilares de nuestro modelo de sostenibilidad. A continuación, presentamos los cuatro objetivos priorizados, con un enfoque integral que conecta programas, procesos y herramientas con los impactos.

Seis pilares de sostenibilidad Homecenter



ODS / Declaración	Programas / Procesos / Herramientas	Impactos (Potenciales y Reales/ Positivos y Negativos)
<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"> Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. 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). Universidad Corporativa Mundo Eureka. Generación de empleo de calidad. Programa de inclusión laboral. Plataforma <i>Workvivo</i>. Programa de calidad de vida laboral. Relaciones laborales. Plataforma colaborativa para cadenas de suministro responsables (SEDEX). Plan de beneficios a colaboradores "Sodimac Conmigo". Plan de asesorías a colaboradores "Vive + Vive Mejor". Política de Diversidad, Equidad e Inclusión. Protocolo de atención a clientes en temas de diversidad. 	<ul style="list-style-type: none"> 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 DD.HH. Adopción de protocolos y buenas prácticas para evitar y mitigar futuras pandemias, y sus consecuencias para los diferentes grupos de interés. Robotización de procesos. Actualizaciones de plataformas digitales de venta. Revisiones periódicas para conocer el entorno laboral y la salud emocional en la que se encuentran los colaboradores. Adaptación al entorno y digitalización de actividades de calidad de vida laboral. Promoción de buenas prácticas de diversidad e inclusión para todos los grupos de interés. Condiciones de trabajo y protección social. Balance trabajo - familia. Protección de los derechos humanos en el ambiente de trabajo. Ambiente de trabajo sano, seguro y productivo. Política de beneficios y compensación.
<p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ahorro y uso eficiente de la energía. Ahorro de bolsas plásticas. Auditorías y testeos de los productos. Monitoreo de la huella de carbono. Mitigación y compensación de la huella de carbono. Revisión de buenas prácticas sostenibles en proveedores de Asia (Factory Audit). Paneles solares. Plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR). Programa posconsumo. Productos ECO. 	<ul style="list-style-type: none"> Mercadeo e información al cliente. Educación y cultura en el cliente. Protección de la salud y seguridad de los consumidores. Fortalecimiento del programa de consumo sostenible con nuestros grupos de interés. Protección de derechos humanos para clientes y demás grupos de interés externos. Comunicación de buenas prácticas de consumo responsable (piezas, campañas, etc.). Protección de datos de los clientes. Manejo de quejas y reclamos. Adopción de buenas prácticas en <i>marketing</i> responsable y ética publicitaria. Aseguramiento de la duración y la calidad de los productos. Programas de reducción y óptimo uso del recurso hídrico. Programas para la reducción del consumo energético. Compras por internet (<i>e-commerce</i>). Reducción del embalaje. Programa posconsumo. Venta de productos verdes y con menor impacto ambiental.
<p>Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ahorro y uso eficiente de la energía y el agua. Ahorro de bolsas plásticas. Monitoreo de la huella de carbono. Mitigación y compensación de la huella de carbono. Mejoramiento del Hábitat. Paneles solares. Plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR). Programa Posconsumo. Tiendas LEED. Transporte y logística. 	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Afectación al ambiente en comunidades. Uso indiscriminado de recursos en comunidades. Consumo energético. Tiendas con certificaciones ambientales. Programas de reducción de consumo de agua. Cubiertas con paneles de energía solar. Programa de eficiencia energética. Posconsumo: llantas, pilas, baterías, luminarias. Ciclo de vida de productos – economía circular. Diseño de tiendas que cumplan con los criterios de sostenibilidad. Mejoramiento del Hábitat
<p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ahorro y uso eficiente de la energía. Ahorro de bolsas plásticas. Monitoreo de la huella de carbono. Transporte sostenible y logística eficiente. Paneles solares. Siembra de árboles. Sistema de Gestión Ambiental. Tiendas LEED, transporte y logística. 	<ul style="list-style-type: none"> Impacto ambiental del transporte. Reducción, compensación y mitigación de la huella de carbono. Contaminación por emisión de gases. Reducción de emisiones de gases en el transporte de productos. Ventas de productos amigables con el medio ambiente. Implementación de energías alternativas en centros de trabajo (cambios en tecnología, transformadores, etc.). Consumo energético. Cumplimiento normas asociadas al transporte de carga.



Este informe presenta la contribución de Homecenter a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, destacando las acciones que reflejan cómo integramos estos objetivos en nuestra gestión responsable. Para lograrlo, hemos seguido un proceso estructurado que incluye los siguientes pasos:

- El entendimiento de los ODS
- La definición de prioridades
- El establecimiento de objetivos
- La integración
- El reporte y la comunicación

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Materialidad

Cada cinco años, Sodimac realiza un análisis de doble materialidad para evaluar su impacto económico, ambiental y social, además de los riesgos y oportunidades externas. Desde el ejercicio realizado en 2023, la compañía reporta estos resultados priorizando ejes estratégicos como el cambio climático, la gestión de recursos, los derechos humanos, la diversidad y la gobernanza corporativa.

El análisis se desarrolló bajo estándares internacionales como TCFD y SASB, con el respaldo de Deloitte y el compromiso de un equipo multidisciplinario liderado por Sostenibilidad.

Inicio del Proceso



Asuntos materiales

Tras este análisis que realizamos cada cinco años, identificamos los intereses y preocupaciones de nuestros grupos de interés, así como los impactos operacionales y financieros asociados a estos temas. Este enfoque nos permite priorizar los asuntos más relevantes para gestionar riesgos y oportunidades, en coherencia con nuestros objetivos y nuestro compromiso con la sostenibilidad.

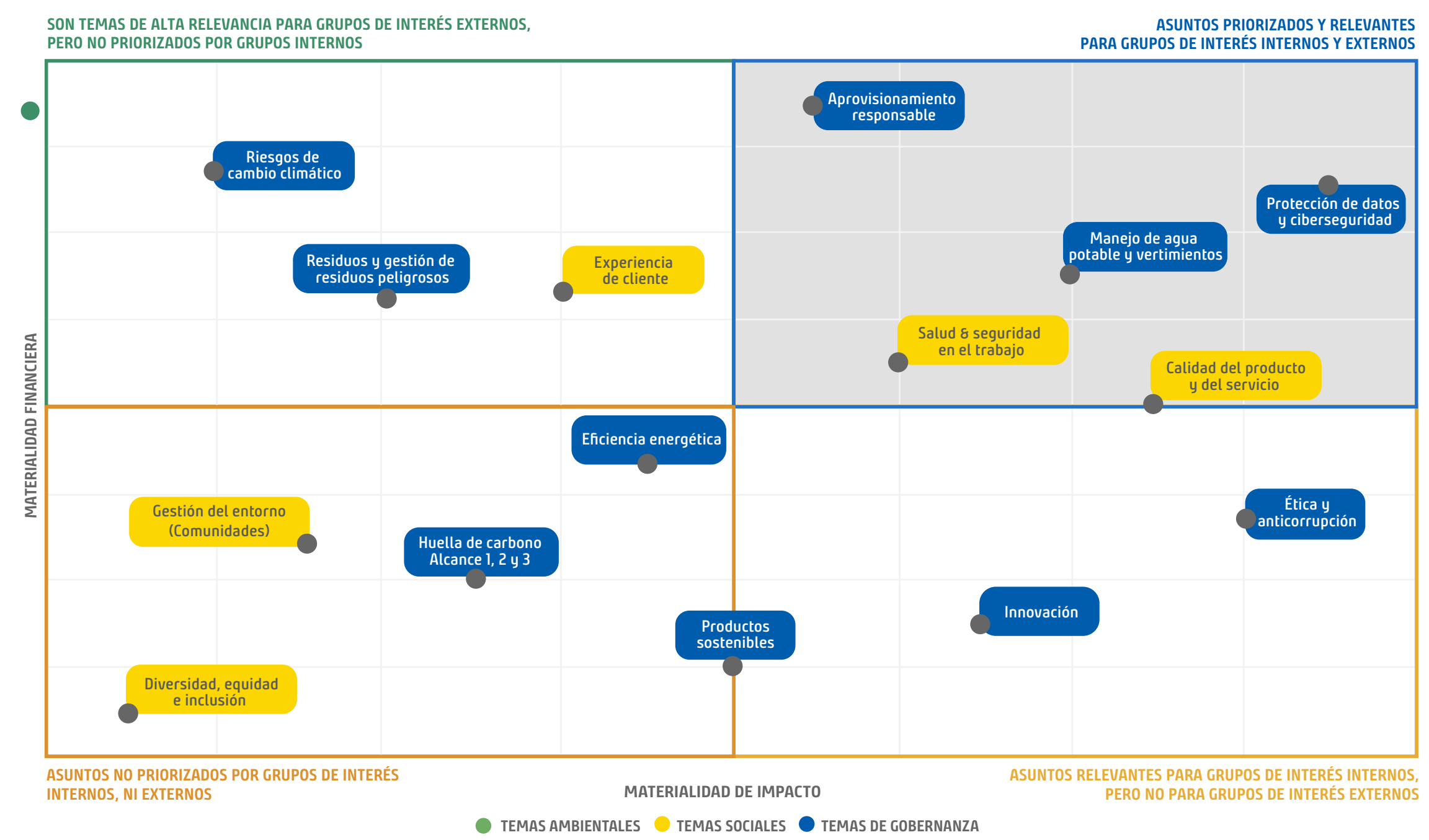
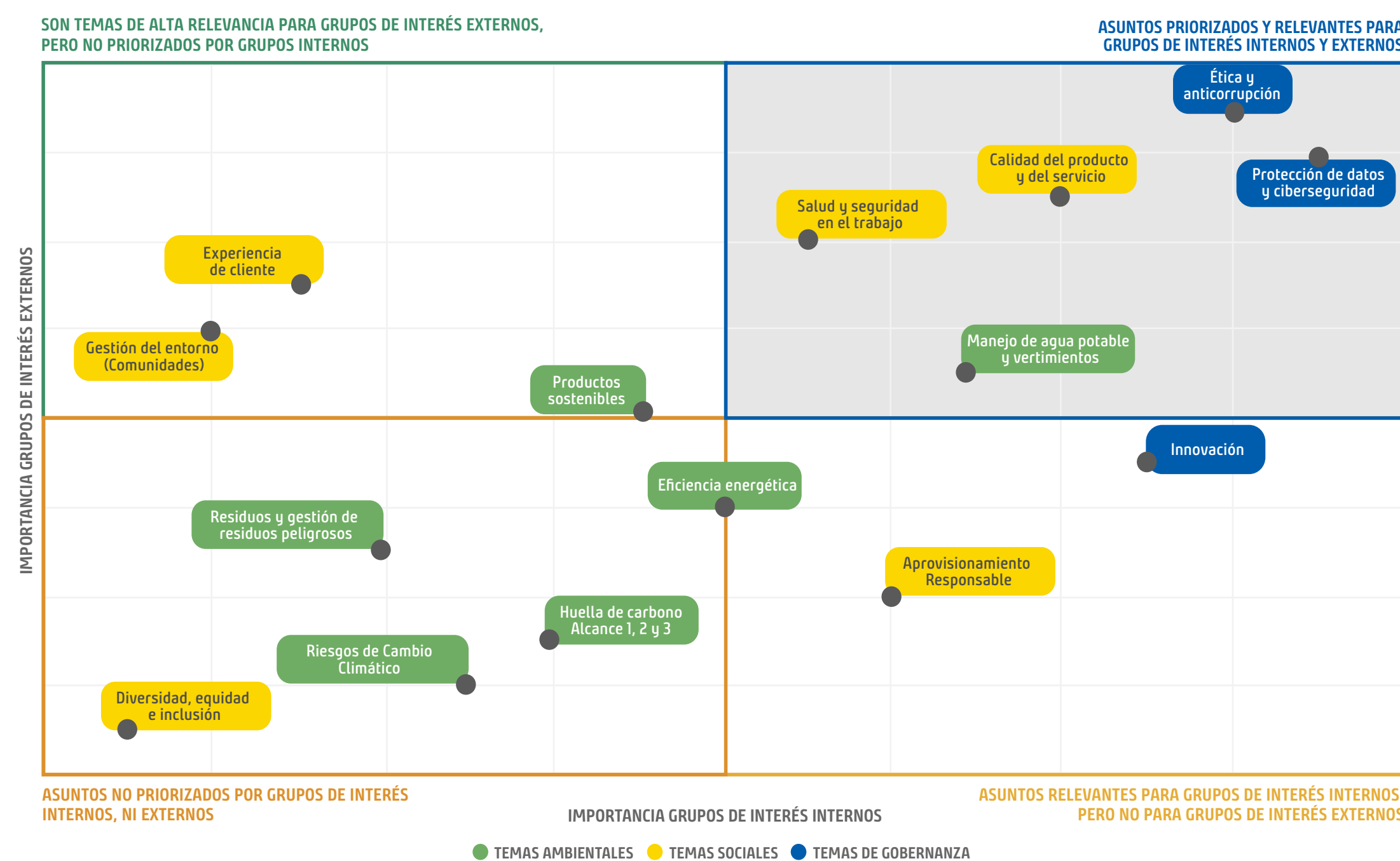
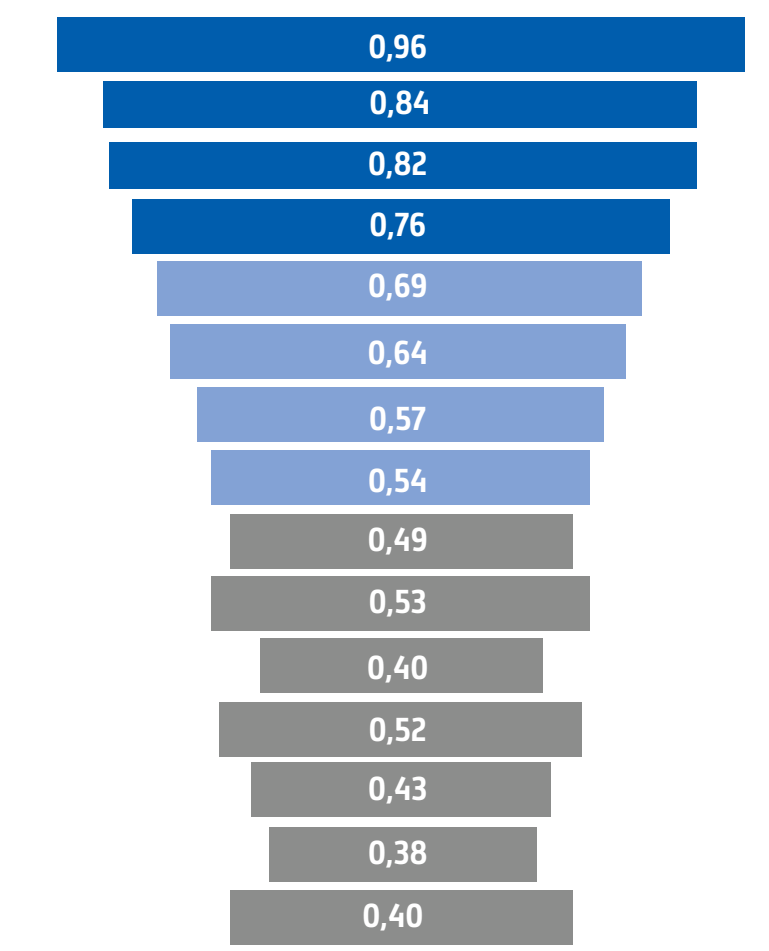


Materialidad Financiera



Temas	Dimensión	Presión en el flujo de caja	Acceso a capital	Aumento en el costo de capital	
1	Aprovisionamiento responsable	Social	✓	✗	✗
2	Riesgos de cambio climático	Ambiental	✓	✗	✗
3	Protección de datos y ciberseguridad	Gobernanza	✓	✗	✗
4	Experiencia de cliente	Social	✓	✗	✗
5	Manejo de agua potable y vertimientos	Ambiental	✓	✗	✗
6	Residuos y gestión de residuos peligrosos	Ambiental	✓	✗	✗
7	Salud y seguridad en el trabajo	Social	✓	✗	✗
8	Calidad del producto y del servicio	Social	✗	✗	✗
9	Huella de carbono alcance 1, 2 y 3	Ambiental	✗	✗	✗
10	Eficiencia energética	Ambiental	✗	✗	✗
11	Productos sostenibles	Ambiental	✗	✗	✗
12	Ética y anticorrupción	Gobernanza	✗	✗	✗
13	Innovación	Gobernanza	✗	✗	✗
14	Diversidad, equidad e inclusión	Social	✗	✗	✗
15	Gestión del entorno (comunidades)	Social	✗	✗	✗

● Muy Importante ● Importante ● No priorizado
 La puntuación total incluye el análisis del impacto en el flujo de caja (40 %) y su relevancia (60 %)



Nuestros grupos de interés

Promovemos relaciones sólidas y de confianza con nuestros grupos de interés, a través de una comunicación constante, transparente, que preserve los principios éticos en nuestros negocios, así como de una evaluación continua de nuestros impactos.

Identificamos a nuestros grupos de interés de la siguiente forma:

- Entidades con las que mantenemos compromisos legales, financieros u operativos.
- Grupos que pueden influir en nuestro desempeño o que se ven directamente afectados por nuestras actividades.
- Priorización de los grupos según su nivel de influencia y la relación de dependencia mutua con la organización.
- Clasificación en cuatro categorías: influyentes, facultativos, inactivos y vigilantes.



Grupos de interes



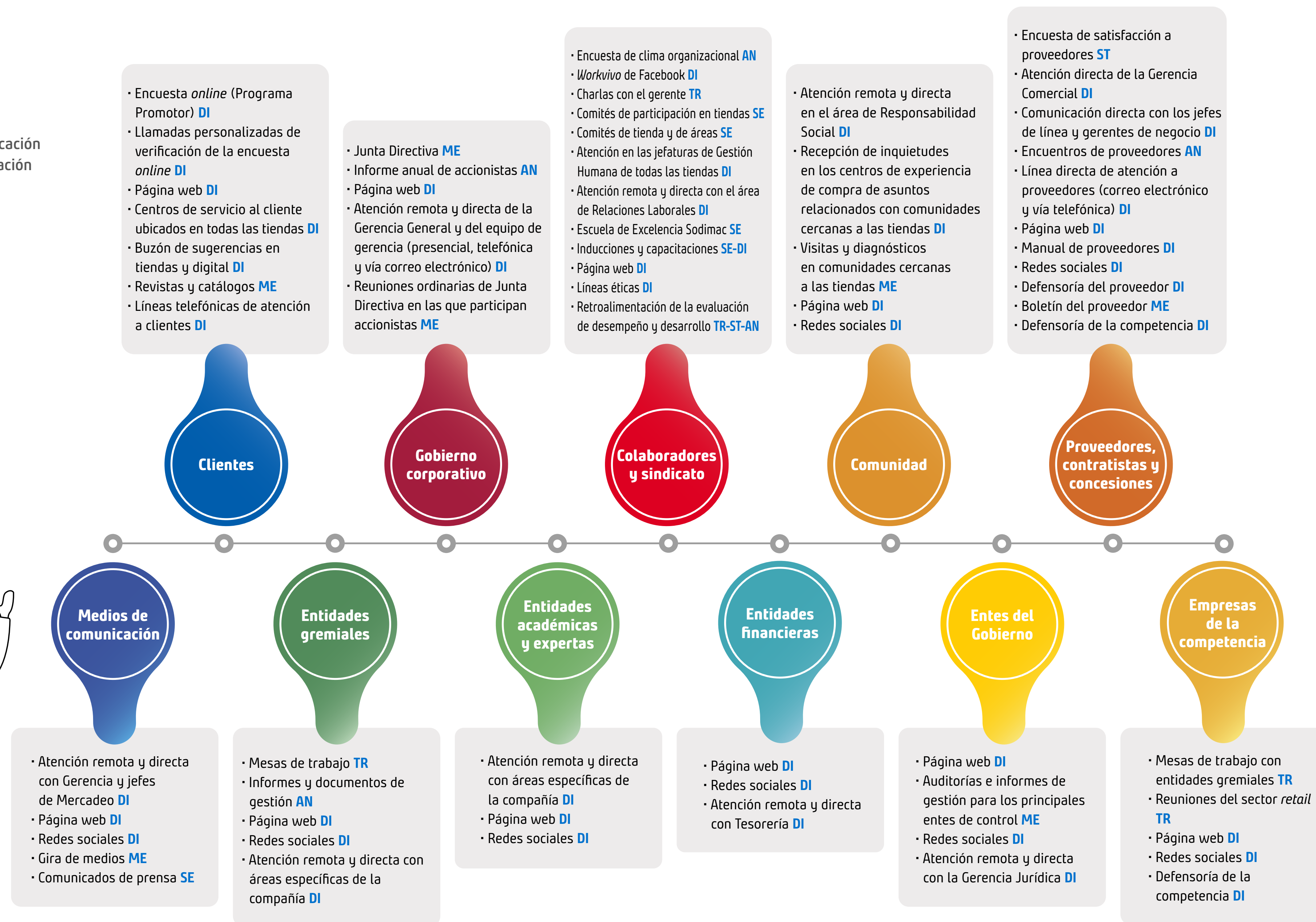
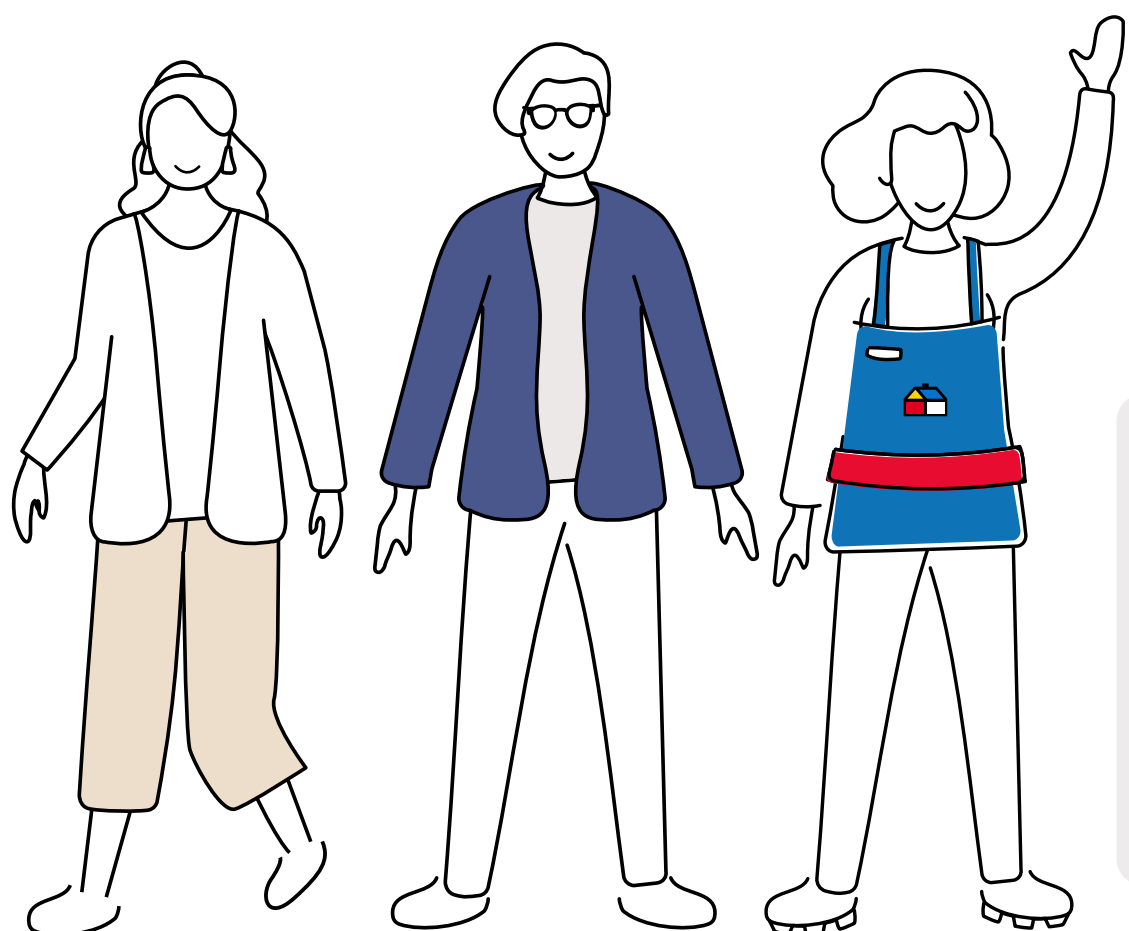
Comunicación para el relacionamiento con grupos de interés

Impulsamos relaciones basadas en una comunicación abierta y efectiva, generando confianza y alineación frente a nuestras expectativas y necesidades.

Identificamos el medio de relacionamiento y la frecuencia, asegurando un contacto oportuno y efectivo.

La frecuencia puede ser:

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



Hitos de la sostenibilidad

Índice de sostenibilidad

Para evaluar nuestra gestión y alinearnos con los estándares internacionales, implementamos el Índice de Sostenibilidad. Este indicador corporativo nos ayuda a identificar avances y desafíos, promueve una gestión integral en todas las áreas y nos permite medir los impactos de nuestras decisiones. Así, reforzamos el compromiso de nuestros líderes con un enfoque sostenible.

Lo anterior basado en:

- Principios del Pacto Global de la ONU
- Global Reporting Initiative (GRI)
- S&P Global

En 2024 alcanzamos un resultado de 96 %, ubicándonos en el nivel avanzado+. Aunque en 2025 no se realizó la evaluación, seguimos trabajando en la implementación de acciones de mejora continua para mantener estos resultados y avanzar hacia nuestras metas. Este proceso se llevará a cabo cada dos años, por lo que nuestro próximo objetivo será la medición en 2026.

Plan de sostenibilidad

Para fortalecer nuestra gestión y cerrar brechas en sostenibilidad, diseñamos un plan anual que involucra a todas las áreas de la compañía. Durante 2025 alcanzamos un resultado de 99 %, equivalente al obtenido en 2024. Sin embargo, avanzamos en el cierre de nuevas brechas clave que fortalecen nuestro desempeño y nos permiten proyectar mejores resultados en sostenibilidad. Este año continuaremos trabajando en la mejora de nuestros procesos y en garantizar el cumplimiento de los compromisos ya establecidos, reforzando nuestra gestión para mantener los estándares alcanzados y avanzar en la generación de valor económico, ambiental y social.



Gestión integral de riesgos

En Homecenter gestionamos los riesgos del negocio bajo los lineamientos de la ISO 31000 y COSO, lo que garantiza una cultura organizacional orientada en la prevención, transparencia y mejora continua. Nuestro enfoque abarca las etapas de identificación, análisis, evaluación y tratamiento, bajo un proceso constante de seguimiento, monitoreo, capacitación y comunicación.

La Gerencia de Riesgos y Cumplimiento es responsable de elaborar y actualizar anualmente el mapa de riesgos estratégicos construido a partir de la valoración inherente



Seguimiento y monitoreo

- Permanente por Gerencia de Riesgos y Cumplimiento
- Mensual por Comité de Riesgos
- Trimestral por Comité de Auditoría y Riesgos Junta Directiva
- Anual por la Junta Directiva

y residual de los riesgos identificados en conjunto con la alta dirección.

En el Comité mensual de Riesgos y Cumplimiento se realiza un monitoreo permanente para mantener control sobre los impactos y aprovechar las oportunidades que puedan surgir, asegurando la ejecución de los planes de acción definidos para prevenir o mitigar riesgos. Estos riesgos se reportan cada trimestre al Comité de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad de la Junta Directiva y, anualmente, a la Junta Directiva.

Capacitación y comunicación

- Talleres de riesgo
- Capacitaciones de inducción
- Plan de Comunicaciones



Para mitigar el impacto de los principales riesgos identificados en 2025 y asegurar la continuidad y sostenibilidad de la operación de la compañía, se definieron estrategias asociadas a los siguientes riesgos:

- **Interrupción de la operación, daño a las instalaciones físicas y a la integridad de los colaboradores y clientes debido a manifestaciones y eventos de protestas:** dado el aumento de los eventos de protestas y manifestaciones en el país, la compañía ha venido robusteciendo sus procesos de seguridad física, fortaleciendo la comunicación con las autoridades y monitoreando los eventos de orden público para definir estrategias que permitan garantizar la seguridad de colaboradores, clientes e instalaciones, así como la continuidad de la operación.
- **Interrupción de la operación por accesos indebidos o ataques informáticos masivos, incluyendo capacidad de recuperación:** la Gerencia de Tecnología trabajó en reforzar los controles y medidas de seguridad bajo el

marco de la NIST (*National Institute of Standards and Technology*) para garantizar la continuidad de los procesos, operaciones digitales y la infraestructura. Estas medidas están acompañadas de simulacros de eventos de ciberseguridad, remediación de las vulnerabilidades basadas en el riesgo y seguimiento a proveedores críticos. Adicionalmente se trabajó en la implementación de una arquitectura de ciberresiliencia (*Cyber DRP*) para fortalecer los procesos de recuperación en caso de materializarse un incidente de seguridad de la información.

- **Incendios en los centros de trabajo por falla en los sistemas de detección, extinción y reacción:** se ha realizado monitoreo de los sistemas de detección, reacción y extinción de incendios, mediante inspecciones periódicas, pruebas funcionales y la ejecución de mantenimiento preventivo y correctivo, así como los simulacros del plan de emergencia y capacitación a los brigadistas, lo cual ha permitido mejorar la disponibilidad de los equipos y garantizar la operación y la seguridad de los centros de trabajo y las personas.

- **Multas, sanciones o requerimientos por el incumplimiento en normatividad emitida por las autoridades:** la compañía realiza seguimiento permanente a las normas y leyes aplicables a la compañía, lo cual ha permitido identificar oportunamente posibles cambios, como por ejemplo en lo relacionado con facturación electrónica, exigencia para la que se han ajustado procesos y se han implementado controles para asegurar el cumplimiento de la normatividad.

Para garantizar la ejecución del Programa de Transparencia y Ética empresarial se definieron las siguientes actividades:

- A Capacitación anual a colaboradores.
- B Actualización de la matriz de riesgos y segmentación de los grupos de interés.
- C Procesos de debida diligencia para conocimiento de terceros al momento de la vinculación, que permitieron garantizar la transparencia en las relaciones comerciales.
- D Socialización de nuestra línea de denuncia.

- E Divulgación a clientes, proveedores y contratistas de las políticas implementadas en la compañía para prevenir el riesgo de corrupción y soborno.

Adicionalmente, para garantizar el cumplimiento del Sistema de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (SAGRILAFT), se implementaron las siguientes actividades:

- A Reportes mensuales a la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF).
- B Debida diligencia en el proceso de vinculación de clientes, proveedores, contratistas y colaboradores.
- C Capacitación a proveedores sobre el SAGRILAFT.
- D Divulgación del Sistema de Prevención de Lavado de Activos, con información a los grupos de interés.
- E Actualización de la matriz de riesgos y segmentación de los grupos de interés.
- F Capacitación anual obligatoria a colaboradores.

En 2025, 3.713 colaboradores, lo que equivale al 43 % del total de empleados de Homecenter, recibieron capacitación en prevención de lavado de activos, financiación del terrorismo, financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, corrupción y soborno.

Gestión de impactos en nuestra operación

Desarrollamos un análisis sistémico de nuestras operaciones para identificar y evaluar los impactos que generamos en los grupos de interés. Este enfoque permite anticipar y gestionar estos impactos de forma estratégica, potenciando los efectos positivos y mitigando los negativos, en coherencia con nuestro compromiso sostenible.





Respetamos los derechos humanos

En Homecenter promovemos el respeto a los derechos humanos en toda nuestra cadena de valor, y fundamentamos nuestro actuar en la Constitución Política de Colombia, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Fortalecemos nuestro trabajo con políticas, prácticas y procesos para defender y promover estos derechos, así como para prevenir, corregir y minimizar cualquier violación a los derechos humanos.

En 2025 no se registraron incidentes de discriminación ni violaciones a los derechos humanos, por lo que no fue ne-

cesario implementar acciones de mitigación ni de reparación en nuestras 42 tiendas, tres centros de trabajo y oficina de apoyo a tiendas. No obstante, en caso de que ocurra algún incidente, analizaremos cada situación de manera individual y tomaremos las medidas adecuadas dependiendo del grado de vulneración y afectación. Asimismo, ponemos a disposición de las personas afectadas los comités con los que cuenta la organización y los mecanismos judiciales, extrajudiciales y no estatales pertinentes.

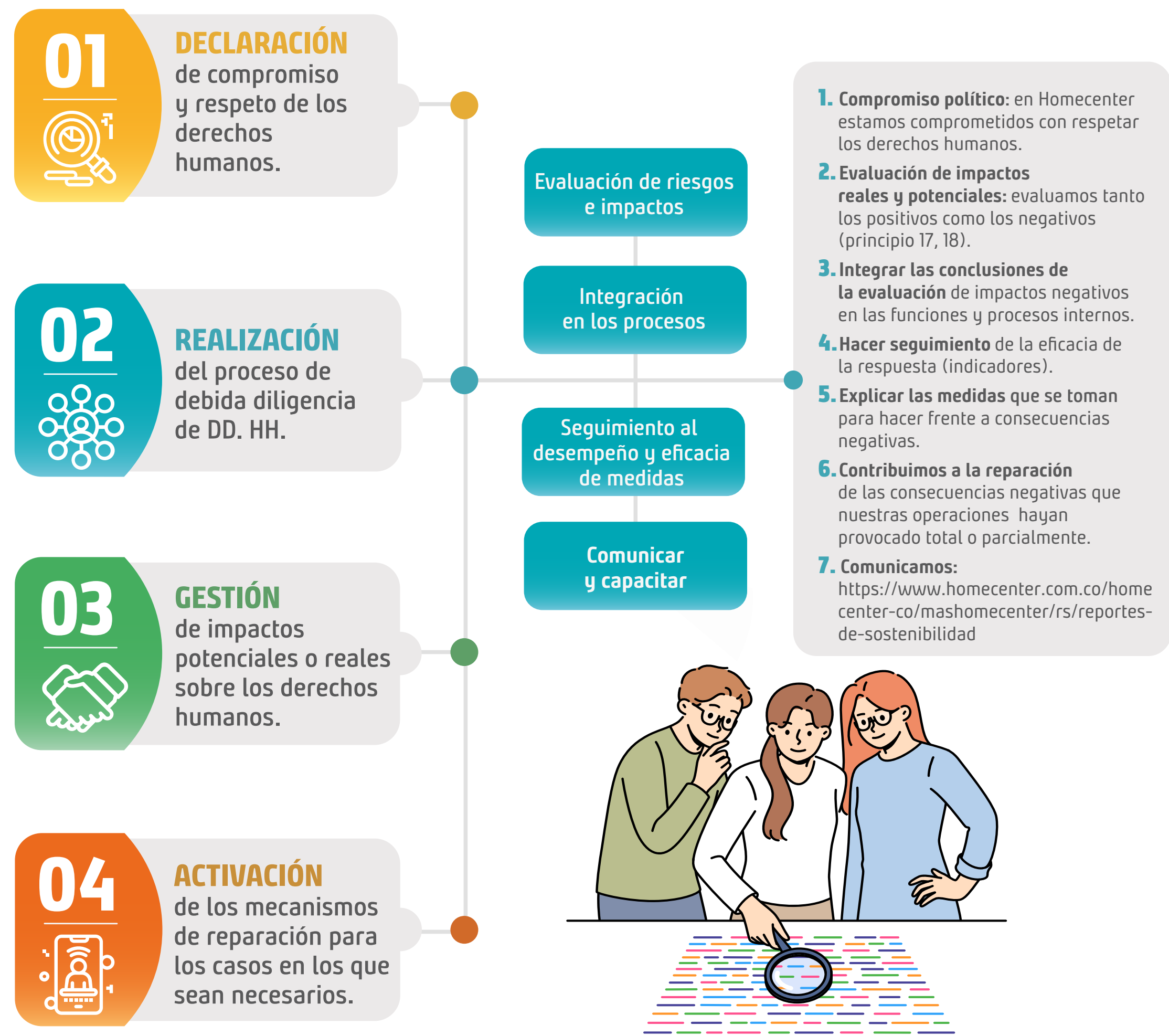
Para seguir con la formación y el trabajo con nuestros proveedores, compartimos buenas prácticas en nuestro boletín digital mensual y desarrollamos espacios de enseñanza para su gestión.

Gestión de riesgos




Contamos con una matriz de riesgos anual que nos permite identificar y priorizar temas relevantes, evaluar sus impactos y prevenir posibles contingencias. Este instru-

mento facilita la toma de decisiones informadas e incorpora mecanismos de monitoreo que garantizan una debida diligencia en la gestión. Las áreas responsables de este proceso son Responsabilidad Social y Riesgos.

Proceso de debida diligencia

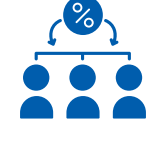








Mecanismos para atender o resolver incumplimientos a la política de derechos humanos

-  **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**
    

Matriz de derechos humanos

Creamos una matriz de derechos humanos que asigna responsabilidades para cuidar y preservar los derechos asociados a su misión.

Grupo de interés	DD.HH Asociados	Responsables
 Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Libertad de opinión y expresión. ○ No discriminación. 	Gerencia General
 Clientes	<ul style="list-style-type: none"> ○ No discriminación. ○ Servicio posventa. ○ Canales de reclamación. ○ Seguridad y salud del producto de cara al cliente. ○ Ética publicitaria. ○ Habeas data. 	Jurídica Experiencia de compra Calidad Mercadeo y Jurídica Seguridad de la Información
 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> ○ No discriminación. ○ 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. 	Relaciones Laborales Compensación y Beneficios
 Entidades del Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> ○ Derecho a participar en asuntos públicos. 	Jurídica
 Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> ○ Derecho a la vivienda. ○ Derecho a un nivel de vida adecuado. ○ Derecho a la propiedad. ○ Derecho a la vida privada. ○ Derecho a la educación. 	Responsabilidad Social
 Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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. ○ Contaminación, temas de incumplimientos. ○ Ley de empaques. 	Ambiental
 Proveedores y Contratistas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibición mano de obra infantil. ○ No discriminación. ○ Condiciones de trabajo favorables. ○ Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio. ○ Reclamaciones. ○ Pagos. ○ Incumplimientos en contratos. 	Riesgos y Cumplimiento Compras Jurídica

Capacitación a colaboradores en derechos humanos

Como parte de este compromiso, capacitamos a nuestros colaboradores para promover el respeto y la dignidad humana, prevenir cualquier vulneración y contar con herramientas que les permitan actuar con responsabilidad en cada interacción.

	Colaboradores formados	%	Horas de formación
2024	1.605	19	1.792
2025	1.562	18	1.563

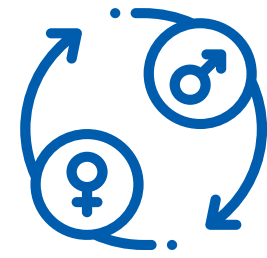


Diversidad, equidad e inclusión

Promovemos la diversidad, la equidad y la inclusión para construir una sociedad más justa y con mayores oportunidades para todas las personas. Apreciamos e impulsamos el talento y las fortalezas de cada colaborador, generando beneficios organizacionales, sociales y personales, dentro de una cultura de respeto y crecimiento compartido.

Contamos con políticas de contratación que garantizan la igualdad de oportunidades para todos sin distinción de género, raza, orientación sexual, discapacidad u otro.

En 2025 avanzamos en la difusión de la política de prevención de discriminación, violencia, acoso laboral y sexual, que establece la ruta por seguir para prevenir, proteger y corregir actos de discriminación, violencia y acoso. Esta política está regida de manera transversal por la estrategia integral de DE&I.



Políticas de contratación



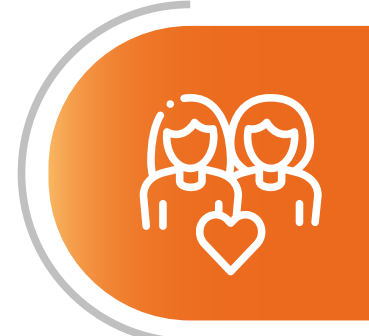
Protocolo de equidad de género
Visibilizar el compromiso de la compañía con la equidad de género y garantizar espacios inclusivos para todas las personas.

Política de diversidad, equidad e inclusión
Reconocer y celebrar las diferencias de todas las personas, aprovechándolas como oportunidad para el crecimiento personal, profesional y empresarial.



Política de prevención de discriminación, violencia, acoso laboral y sexual
Regula mecanismos de prevención, protección y corrección frente a conductas de discriminación, violencia, acoso laboral y sexual dentro de la organización.

Pautas de atención a clientes
Hacer sentir a los clientes como en casa, demostrando que en Homecenter se valora y acoge a todas las personas sin distinción.



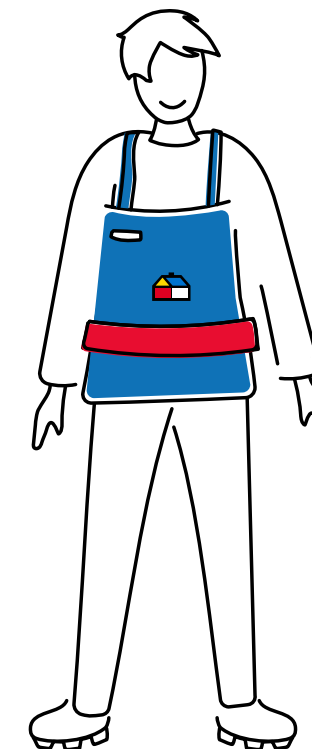
Ruta de cambio de género
Garantizar el respeto a la identidad de género y orientación sexual de los colaboradores, brindando apoyo y herramientas para su bienestar durante el proceso de transición.

Programas en diversidad, equidad e inclusión



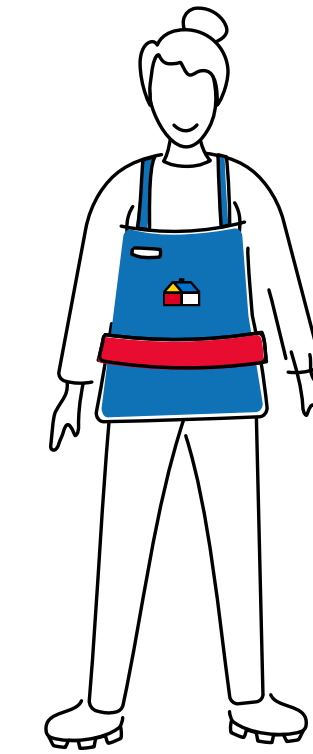
Manos capacitadas

En Homecenter llevamos 18 años demostrando que la inclusión transforma vidas. Apostamos por el trabajo digno para personas con discapacidad física, cognitiva y/o sensorial, reconociendo sus talentos y conectándolos con oportunidades reales dentro de nuestra organización. Este compromiso se fortalece gracias a la alianza con la Fundación *Best Buddies*, que acompaña a nuestros Amigos del Alma en el desarrollo de competencias sociolaborales, fomenta encuentros con sus familias, y crea espacios de formación que impulsan su crecimiento personal y profesional.



Inclusión laboral para personas en situación de vulnerabilidad económica

Creemos en el poder del trabajo digno como motor de transformación social, por lo que vinculamos laboralmente a personas en riesgo de exclusión económica que están iniciando su trayectoria laboral o que vienen de empleos informales, con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida, su desarrollo personal y profesional, fortaleciendo la equidad y el progreso de nuestra gente.





Grupo Orgullo

Promover y celebrar la diversidad fortalece la cultura, impulsa la innovación y genera entornos más justos. Por ello, utilizamos la plataforma *Workvivo* para compartir contenido de interés, noticias, actualizaciones, y celebrar fechas clave. Durante el Mes del Orgullo se realizaron actividades en los centros de trabajo bajo la agenda de "menos excusas, más equidad"; una de ellas fue un *stand-up comedy* para aprender y reflexionar a través de la risa.



Mujeres Conectadas


Creemos en el poder transformador y la capacidad que tienen las mujeres para inspirar cambios; por lo tanto, desarrollamos su potencial para ocupar altos cargos directivos, con herramientas y espacios de formación personal y profesional que fortalezcan su confianza y liderazgo. Durante la cuarta edición se abordaron materias como red de contactos, marca personal, liderazgo, manejo de conflictos, inteligencia emocional, entre otros. También realizamos espacios de preparación a mentoras, talleres, retos, voluntariado con mujeres líderes y cafés virtuales con invitados que inspiraron y compartieron herramientas. En estos espacios partici-

paron 55 mujeres adicionales a quienes se encuentran en el programa de mentoría, ampliando el alcance e impacto de la iniciativa dentro de la compañía.


Relación del salario entre hombres y mujeres

Creemos en un futuro donde cada persona tenga las mismas oportunidades para crecer y prosperar. Por eso, garantizamos que la compensación refleje el valor real de cada rol, basado en sus responsabilidades y el impacto que genera. Nuestra estructura salarial, transparente y equitativa, asegura que hombres y mujeres reciban un reconocimiento justo por sus labores.

	2024	2025
Mentoras	57	55
Mentees	63	54
Horas de mentoría	169	101



	2024	2025
Nivel 1	96,9 %	97 %
Nivel 2	104,2 %	106,4 %
Nivel 3	103,3 %	102,9 %





Hombres Sin Límites

Hombres Sin Límites está de vuelta y renovado. Nuestro objetivo es romper con los estereotipos que tradicionalmente limitan a los hombres e impulsarlos a ser aliados fundamentales de la equidad de género y la diversidad. Para esta edición, escuchamos a nuestros participantes a través de una encuesta de intereses. Como resultado, creamos sesiones de diálogo tipo café virtual en las que exploramos la redefinición del éxito personal y la importancia de manejar las emociones. En estas sesiones participaron más de 100 personas.

Vuelve Hombres Sin Límites
¡Conéctate al primer Café sin Límites!

Únete a esta charla sobre nuevas masculinidades y construye relaciones libres de estereotipos.

11 de Noviembre
 Teams
 3:00 pm - 3:45 pm



Juan Pablo Mejía
 • Fundador de UnoporUno
 • Coach y mentor con más de 25 años de experiencia.




Generaciones conectadas

Seguimos construyendo puentes que unen generaciones, porque creemos que la diversidad es la fuerza que impulsa nuestro crecimiento. Creamos espacios donde cada voz cuenta y cada experiencia aporta, conectando personas de todas las edades para aprender, compartir y transformar juntos. En 2025 llevamos a cabo iniciativas como *Speed Connections*, que reunió a más de 20 participantes en nuestras oficinas, y promovimos la mentoría inversa en tiendas, en la que cada generación enseña y aprende algo nuevo. Así fortalecemos la colaboración, impulsamos la innovación y demostramos que el conocimiento no tiene edad.



Sensibilizaciones y celebración de fechas con sentido

Nuestra cultura se fortalece cuando creamos espacios que nos invitan a aprender, dialogar y celebrar la diversidad. A través de talleres, charlas, contenidos y eventos conmemorativos, promovemos el respeto por todas las identidades y perspectivas, construyendo un entorno basado en empatía, inclusión y equidad.

Durante el año, celebramos el Mes de la Equidad y el Mes del Orgullo con actividades en nuestros diferentes centros de trabajo, creando experiencias que fortalecen la inclusión y el sentido de pertenencia.

La Semana de la Diversidad es otro de nuestros hitos. En la edición 2025 llevamos la experiencia a entornos presenciales y virtuales con actividades que inspiran: desde *Speed Connections generacional* y charlas sobre el síndrome del impostor, hasta dinámicas que celebran la diversidad cultural. Cada encuentro nos acercó a la inclusión de manera vivencial y participativa, impulsando innovación y comunidad.

Comenzamos

Una **CASA** donde **CABEMOS TOD@S**

¡Nuestra Semana de la Diversidad empieza aquí!



Asistentes actividades	
2024	3.570
2025	3.511





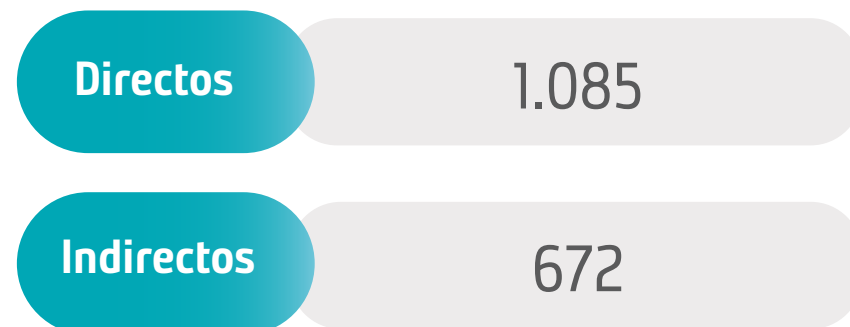
Guía de Lenguaje Inclusivo

Actualizamos nuestra guía de lenguaje inclusivo para convertirla en una herramienta práctica y cercana para todos nuestros colaboradores. Esta nueva versión incluye ejemplos claros de buenas prácticas aplicadas en distintos formatos -escrito, visual y verbal-, además de un proceso de implementación sencillo y un *checklist* para el uso diario. Con ello, promovemos la diversidad y la inclusión en cada interacción y en todos los espacios de nuestra organización.



Cursos DE&I

Desarrollamos cursos para nuestros colaboradores, centrados en promover el respeto por la diversidad, prevenir la discriminación y fortalecer nuestras acciones a través del conocimiento de las políticas, estrategias, canales de denuncia y marcos de actuación ante situaciones de discriminación.



Mecanismos de atención y resolución de casos de discriminación:

- Los colaboradores pueden presentar casos, quejas, reclamos o denuncias en materia de diversidad, equidad e inclusión a su jefe directo, gerente de tienda/área o Gestión Humana de su centro de trabajo.
- Comité de Convivencia laboral: comitedeconvivencia@homecenter.co
- Línea ética para colaboradores: lineaeticayanticorruccion@homecenter.co
Tel +57(1) 307 7095
- Línea para proveedores: recepción de quejas y reclamos por parte de los centros de servicio para atención al cliente.

Otros mecanismos

- Mesa de diálogo de diversidad, equidad e inclusión: un espacio para construir en equipo lineamientos, posturas, y fortalecer así los temas de diversidad, equidad e inclusión, de manera que los colaboradores pueden presentar ideas, proyectos, oportunidades de mejora y se evalúe su viabilidad.
- Comité de Ética: nuestros colaboradores pueden presentar casos de asuntos relacionados con el Código de Ética en la compañía, diversidad, equidad, inclusión y, en general, derechos humanos.

Campañas externas de diversidad, equidad e inclusión: Canchas libres de estereotipos

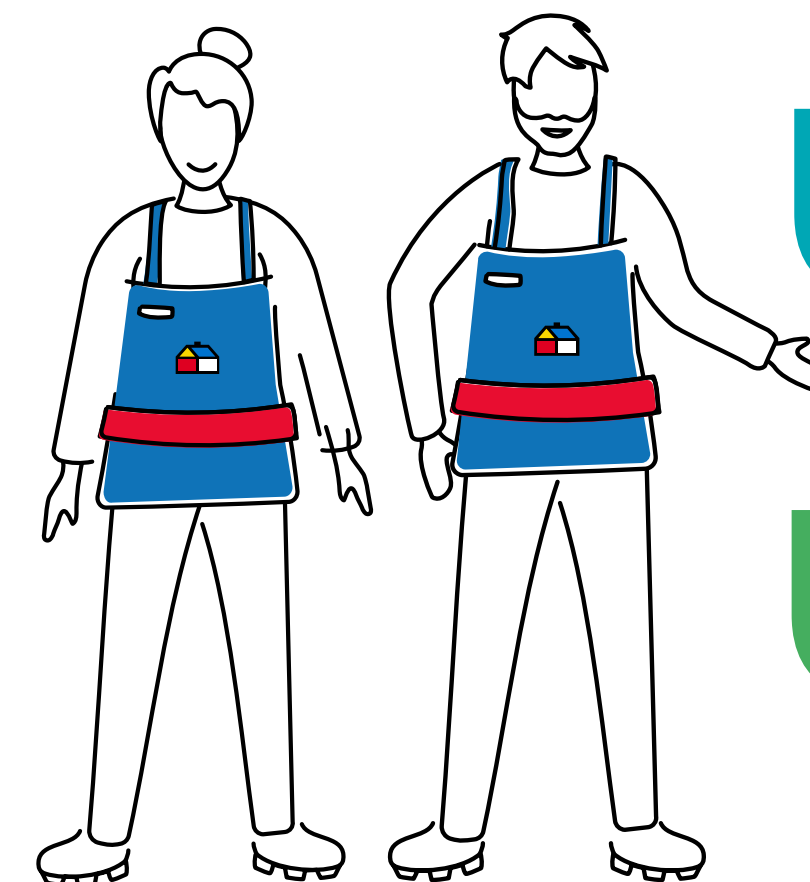
En 2025 nos enfocamos en mantener una comunicación constante y cercana alrededor del programa, logrando los siguientes resultados con contenido orgánico:

- 223 conversaciones positivas generadas en redes.



- 424.000 personas alcanzadas de manera orgánica.
- 93 % de sentimiento positivo en las publicaciones, frente al promedio del 40 % registrado en el contenido comercial.
- Además, la iniciativa fue reconocida en el Premio Andesco, en la categoría de Entorno de Mercado.

Reconocimientos



- Sodimac hace parte del top 10 del Ranking de Organizaciones Incluyentes de América Latina por parte de la Cámara de la Diversidad.
- Fuimos reconocidos en la Lista de Empresas Inspiradoras de la Fundación ANDI.
- La Fundación ANDI nos reconoció nuevamente con el Sello IN (Empresa Incluyente), por Tu Casa Libre de Estereotipos.
- Fuimos ganadores del premio Andesco de Sostenibilidad en la categoría Entorno de Mercado por la iniciativa Canchas Libres de Estereotipos.
- Obtuvimos el tercer lugar en el Ranking de Diversidad, Equidad e Inclusión de Talent Lab.

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

En Homecenter trabajamos bajo un modelo de gobierno corporativo que refleja nuestro compromiso con la honestidad, transparencia y estricto cumplimiento de la ley. Este enfoque nos permite generar confianza con nuestros grupos de interés y garantizar que nuestras decisiones estén alineadas con los más altos estándares internacionales, como los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE, el Pacto Global de las Naciones Unidas, los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, y la norma ISO 37000.



Contamos con una estructura clara de responsabilidades, mecanismos de control interno y procedimientos para la identificación y gestión de riesgos, lo que asegura decisiones éticas y transparentes. Asimismo, disponemos de políticas para prevenir la corrupción, fortalecer la transparencia en la cadena de valor y garantizar el respeto a los derechos humanos en todas nuestras operaciones. Además, promovemos una cultura de integridad, comunicando las pautas y conductas de gobernanza, los esfuerzos para mitigar los impactos de nuestra operación y capacitaciones continuas en:

- Derechos humanos
- Donaciones responsables
- Prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo
- Regulación de actividades de *lobby* y transparencia
- Prohibición de financiación política

Junta Directiva

El máximo órgano de dirección y control es la junta directiva, responsable de definir la estrategia, supervisar la gestión y asegurar la transparencia. Está integrada por nueve miembros (cinco principales y cuatro suplentes), todos con carácter no ejecutivo, y presidida por un líder que no tiene la condición de miembro independiente.

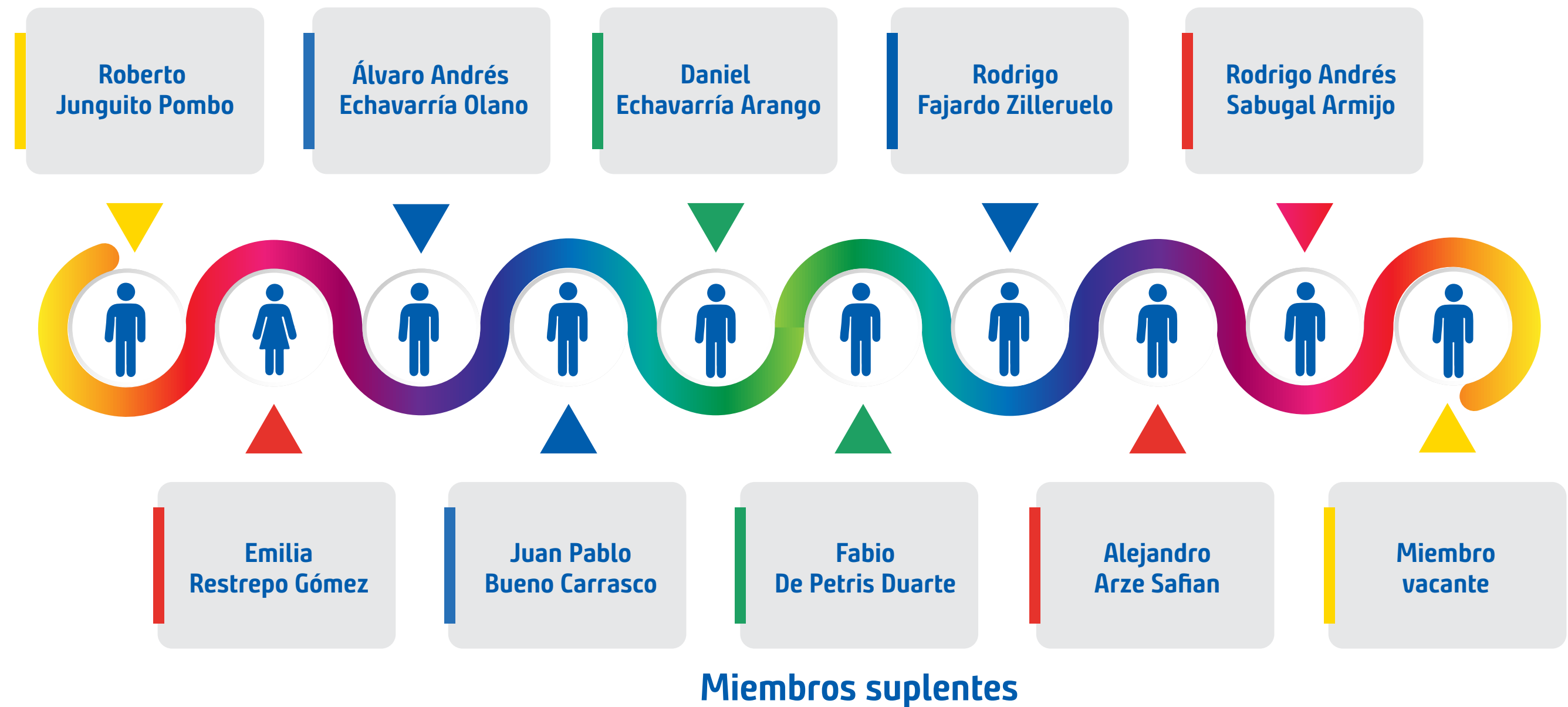
Dispone de cuatro comités de apoyo que garantizan su efectivo funcionamiento: el comité de Directores supervisa la gestión de la alta gerencia de la compañía; el de Gobierno Corporativo vela porque la información pública de la empresa se comunique a sus grupos de interés; el de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad supervisa y evalúa la auditoría interna, verifica los estados financieros, revisa el desempeño del sistema de Gestión Ética y coordina la gestión sostenible; y el de Gestión Humana Integral orienta las iniciativas y prácticas para el desarrollo del capital humano.

Características y funcionamiento

Perfil y experiencia

La junta directiva cuenta con experiencia en el sector *retail*. Sus miembros tienen habilidades en liderazgo, negociación, conflictos, comunicación e imparcialidad, competencias claves para fortalecer la toma de decisiones, reconocer la diversidad, fomentar la innovación y definir un norte claro.

Miembros principales de la Junta Directiva

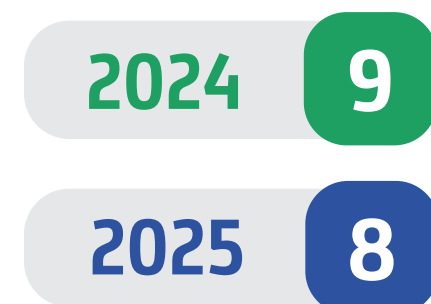


40 % son independientes | 100 % son no ejecutivos | Hombres 8 | Mujeres 1 | Extranjeros 5 | Nacionales 4 | Entre 30 y 50 años 4 | Mayores de 50 años 5 | Personas con discapacidad 0

Autoevaluación anual

Cada año, los miembros de nuestra junta directiva realizan una autoevaluación para medir su desempeño y gestión, identificando acciones de mejora que contribuyan a su consolidación como un ente sólido y eficiente. Estos resultados son presentados a la asamblea de accionistas.

Número de autoevaluaciones



Composición y elección

Los miembros de la junta directiva son designados por la asamblea general de accionistas para un período de un año, con la posibilidad de reelección sin restricciones o remoción anticipada. La composición actual refleja una diversidad significativa: el 55,5 % son miembros internacionales y el 44,4 % nacionales. Este balance de perspectivas contribuye a una gestión más integral y alineada con los objetivos corporativos.

Transparencia y gestión ética

Hemos establecido canales de comunicación directos entre nuestros grupos de interés y la junta directiva, que a su vez se alimentan de las líneas éticas para un intercambio de información transparente y eficaz. Además, gestionamos los conflictos a través de los lineamientos de nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo, promoviendo así la confianza y la integridad.

Equipo de gerencia

El equipo de gerencia está conformado por siete profesionales de amplia trayectoria, responsables de liderar las áreas estratégicas de la compañía: Comercial y Marketing, Desarrollo, Personas y Responsabilidad Social, Financiera y Administrativa, Operaciones, Tecnología y Cadena de

Abastecimiento. Junto con el gerente general, este equipo orienta y coordina los procesos clave del negocio, asegurando la coherencia entre la estrategia corporativa, los valores organizacionales y la excelencia operativa. Además, tiene a su cargo la toma de decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento, la innovación y la relación con los grupos de interés.



Gerente General
Miguel Pardo Brigard



Gerente Comercial y Marketing
Luis Prieto Archidona



Gerente de Desarrollo
Diego Hernández Arizabaleta



Gerente de Personas y Responsabilidad Social
Juanita Bejarano



Gerente Financiero y Administrativo
Juan Pablo Camacho



Gerente de Operaciones
Pedro José Gallón



Gerente de Tecnología
Erasmo Jesús Moreno



Gerente Cadena de Abastecimiento
Julián Fernando López

Hombres **7** Mujeres **1** Extranjeros **2** Nacionales **6** Entre 30 y 50 años **2** Mayores de 50 años **6** Personas con discapacidad **0**
Colombia **6** España **1** Venezuela **1**

Principios, instrumentos y herramientas

Contamos con herramientas clave que nos permiten generar entornos seguros, respetuosos y éticos. A través de nuestro Código de Buen Gobierno, definimos las normas, principios y prácticas que orientan la dirección y el control de la empresa. Este código tiene como propósito asegurar un comportamiento transparente entre accionistas, directores y altos funcionarios, además de prevenir y gestionar conflictos de interés, identificar riesgos financieros, fortalecer el control interno y promover una gestión ética, equitativa y sostenible.

Código de Ética: es nuestra guía de comportamiento y toma de decisiones, que establece principios, valores (Responsabilidad, Excelencia, Integridad y Respeto), normas que

orientan nuestro actuar y los de nuestra cadena de suministros, promoviendo prácticas respetuosas y coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos. Publicado en: <https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/docs/proveedores/codigo-etica-Sodimac.pdf>

Comité de Convivencia: funciona como un mecanismo de prevención y gestión frente al acoso laboral y los riesgos psicosociales. Su objetivo es atender solicitudes, facilitar el diálogo y la conciliación, y aplicar medidas preventivas y correctivas que garanticen el bienestar general y una sana convivencia en el entorno de trabajo. Este órgano está compuesto por ocho colaboradores (cuatro representantes de la compañía y cuatro elegidos democráticamente).

Contamos con el correo directo para solicitudes e inquietudes: comitedeconvivencia@homecenter.co



Con el ánimo de garantizar una atención oportuna, una investigación imparcial y la protección de las personas involucradas, activamos en 2024 el canal para reportar conductas de acoso: denuncias-asl@homecenter.co. Este canal está activo y permite la recepción, investigación, trámite y cierre de los casos bajo estrictos principios de confidencialidad, anonimato y no represalias. En 2025 fortalecimos este mecanismo con publicaciones mensuales del Parche Ético, iniciativa que comunica todos los temas éticos en

la compañía, incluyendo canales de denuncia y principios que los respaldan. Además, realizamos capacitación anual sobre prevención del acoso sexual laboral, instruyendo a más de 4.300 colaboradores y reforzando la formación en tiendas donde se presentan casos. Las investigaciones son lideradas por un grupo élite de abogados, garantizando total confidencialidad, y cada seis meses se reportan los casos al ente correspondiente para asegurar transparencia y cumplimiento normativo.



Casos de integridad y ética empresarial recibidos y gestionados

Número de casos por acoso recibidos



	Mujeres	Hombres
2024	26	24
2025	38	30



Total de casos recibidos y gestionados

2024	50
2025	68

Casos de acoso sexual laboral

2024	10
2025	10



Herramientas para la gestión ética dentro de la empresa

Comunicación

Consideramos fundamental la comunicación interna para asegurar que todos los colaboradores conozcan nuestro Código de Ética y la declaración en contra de la corrupción, la extorsión y el soborno. Esto garantiza la comprensión de nuestros principios, herramientas y las consecuencias de conductas indebidas, promoviendo una actuación coherente y ética en toda la operación.

En 2025, informamos y sensibilizamos a más de 3.713 colaboradores, el 43 % de nuestro personal, en temas de anticorrupción. Cabe destacar que no existen investigaciones, demandas o procesos legales activos relacionados con casos de corrupción que involucren a colaboradores o a la empresa.

Parche Ético

Desde 2024, esta comunidad busca promover estrategias de comunicación y formación en valores, con la difusión de conceptos y herramientas relacionadas con la posibilidad de denunciar irregularidades sin temor a represalias y también para entender y prevenir el acoso laboral y sexual, y finalmente promover el respeto y la empatía entre todos. En 2025 se presentaron 130 casos de infracción a los que se les aplicaron sanciones o medidas administrativas.

Infracciones a la ética y medidas adoptadas en 2025

Creemos que la ética en nuestras acciones es un pilar esencial para formar una sociedad y un país más justo, por lo cual fomentamos que cada colaborador actúe de forma transparente y ética en el desarrollo de su labor. (ver anexo 3.1: Infracciones a la ética y medidas adoptadas).



Herramientas que dan voz y voto a nuestros grupos de interés, promoviendo transparencia, equidad y un ambiente justo y competitivo

Herramienta	Objetivo	Resultados	Canal	Logros 2025
Defensoría del proveedor 	Permite a los proveedores presentar quejas, reclamos o denuncias de manera segura y confidencial respecto de prácticas inadecuadas en las relaciones comerciales, acuerdos o incumplimientos adheridos a nuestro manual de proveedores, y recibir así una respuesta oportuna y efectiva por parte de la compañía.	Durante 2025 se gestionaron 127 casos en total. De estos, solo uno correspondió a un reclamo presentado por un proveedor por una posible vulneración de sus derechos al ser descodificado. Los otros 126 casos se distribuyeron de la siguiente manera: Novedades en el servicio al cliente 26 % Retrasos en la entrega 18 % Novedades de facturación 17 % Solicitudes de devolución de dinero 9 % Solicitudes de facturación electrónica, entre otros 9 %	Todos los requerimientos deben hacerse llegar al correo electrónico: defensoriadelproveedor@homecenter.co Nuestra línea exclusiva de atención a proveedores en Bogotá: (601) 3077095	Seguimiento periódico a los funcionarios que ingresan a la compañía para verificar el cumplimiento de la capacitación desarrollada en esta materia.
Defensoría de la competencia 	La libre competencia contribuye al bienestar de nuestros clientes, ya que por medio de ella se diversifica la oferta de bienes y servicios en el sector <i>retail</i> .	Colaboradores formados en libre competencia. 2024: 1.828 en 2.016 horas 2025: 2.073 en 2.204 horas	Contamos con un canal de atención de denuncias en el que se resuelven asuntos de acuerdos anticompetitivos, abuso de posición dominante, actos en contra de la sana competencia y ejecución de enfrentamiento desleal. defensordelacompetencia@homecenter.co	Se desarrollaron dos capacitaciones dirigidas a colaboradores con funciones críticas para reforzar los lineamientos de leal y libre competencia, así como aspectos de ética publicitaria. Adicionalmente, se entregó a los colaboradores un decálogo con herramientas para gestionar situaciones que pudieran representar riesgos en materia de libre competencia y actuar de manera adecuada para prevenir posibles infracciones.
Línea ética 	Recibir, apoyar y solucionar denuncias de cualquier acto irregular o inapropiado que pudiera afectar a la empresa, sus colaboradores, proveedores, clientes, accionistas o a la sociedad en general.	Durante 2025, 3.713 colaboradores recibieron formación sobre anticorrupción. Se mantiene un indicador de cero en todos los aspectos relacionados con corrupción: no se registraron procesos jurídicos públicos, sanciones a empleados ni finalización de contratos con socios de negocio por incidentes confirmados.	relacioneslaboralesgh@homecenter.co , lineaeticayanticorrupcion@homecenter.co	Llevamos a cabo capacitación y comunicaciones en temas éticos y de gestión de riesgos a través de: <ul style="list-style-type: none"> ○ Publicaciones mensuales del Parche Ético, iniciativa que comunica los temas éticos, los canales de denuncia y los principios que los respaldan a través de canales internos y en los centros de trabajo. ○ Plan integral de comunicación en riesgos, estructurado en tres fases durante todo el año. ○ Inducción sobre el PTEE (Programa de Transparencia y Ética Empresarial) para los nuevos colaboradores. ○ Capacitaciones en riesgos realizadas a demanda. ○ Capacitación dirigida a proveedores sobre ética y transparencia.

Prevención y medidas de control en nuestros centros de trabajo

La auditoría interna ejerce una función de supervisión independiente, verificando que todas nuestras operaciones respondan a las políticas, normas y objetivos establecidos. Su labor es crucial para identificar riesgos, errores y oportunidades de mejora en áreas financieras, logísticas, de recursos humanos, tecnológicas y de cumplimiento regulatorio, fortaleciendo la transparencia y la calidad de la toma de decisiones.

Durante 2025 se auditaron 125 procesos, incluidas 84 tomas físicas de inventarios en las distintas tiendas, logrando un cumplimiento del 96 % del plan anual de auditoría.



En 2025 fortalecimos la supervisión de nuestros procesos clave mediante auditorías integrales y herramientas de auditoría continua. Esto nos ha permitido un control efectivo y una atención oportuna de incidencias en áreas críticas del negocio y el cumplimiento normativo. Nuestro alcance incluyó visitas operativas a tiendas, tomas físicas, monitoreo de panel de control y revisión a procesos.

Mejorando la vida de nuestros *Colaboradores*

En Homecenter reconocemos el talento de nuestro equipo humano y su contribución a la compañía. Por ello, promovemos un entorno de trabajo basado en el respeto, la diversidad y las oportunidades, en el que cada persona puede aportar, crecer y sentirse parte de nuestro propósito común.



Durante 2025 continuamos fortaleciendo el liderazgo y las competencias de nuestros colaboradores para enfrentar una industria en constante evolución. Integramos tendencias de vanguardia como la inteligencia artificial, el análisis de datos, modelos experienciales y semilleros de talento. Como resultado, 8.942 colaboradores recibieron 505.681 horas de formación, lo que supone un incremento del 39 % frente al año anterior y una inversión superior a \$3.800 millones.

Este esfuerzo de formación y desarrollo se complementó con una visión integral del bienestar, la movilidad interna y la experiencia del colaborador. A lo largo del año impulsamos iniciativas que fortalecen la calidad de vida, la diversidad, el cuidado emocional y la evolución cultural, integrando herramientas digitales, analítica y nuevas formas de trabajo que hacen más cercano, flexible y significativo el día a día de nuestra gente.

Asimismo, reforzamos las capacidades de liderazgo y promovimos un entorno que acompaña el crecimiento personal y profesional en todas las etapas. Estos avances consolidaron una propuesta de valor que prioriza el bienestar integral, impulsa el potencial y reafirma nuestro compromiso para construir un entorno humano, seguro y orientado al futuro.

Nuestro Talento en Cifras Generación de empleo

Durante 2025 avanzamos en la generación de empleo formal en Colombia, con un crecimiento del 3,9 % en el número total de colaboradores frente a 2024. Al cierre del período, la compañía contó con 8.590 colaboradores directos, 2.272 de ellos como nuevos ingresos.

Empleados directos e indirectos de la organización

Indicador	Hombres	Mujeres	2024	Hombres	Mujeres	2025
Total empleados directos de la organización	5.123	3.141	8.264	5.393	3.197	8.590
○ A término indefinido	5.123	3.141	8.264	5.384	3.197	8.581
○ A término fijo	0	0	0	9	0	9
Con jornada completa	4.041	2.243	6.284	4.203	2.275	6.478
Con jornada parcial	1.082	898	1.980	1.190	922	2.112
Administrativos	472	465	937	432	431	863
Operativos	4.651	2.676	7.327	4.961	2.766	7.727
○ Trabajadores en misión (temporales)	363	95	458	374	128	502
○ Vinculados con empresas contratistas			2.673			2.951
○ Contratistas independientes			10			6

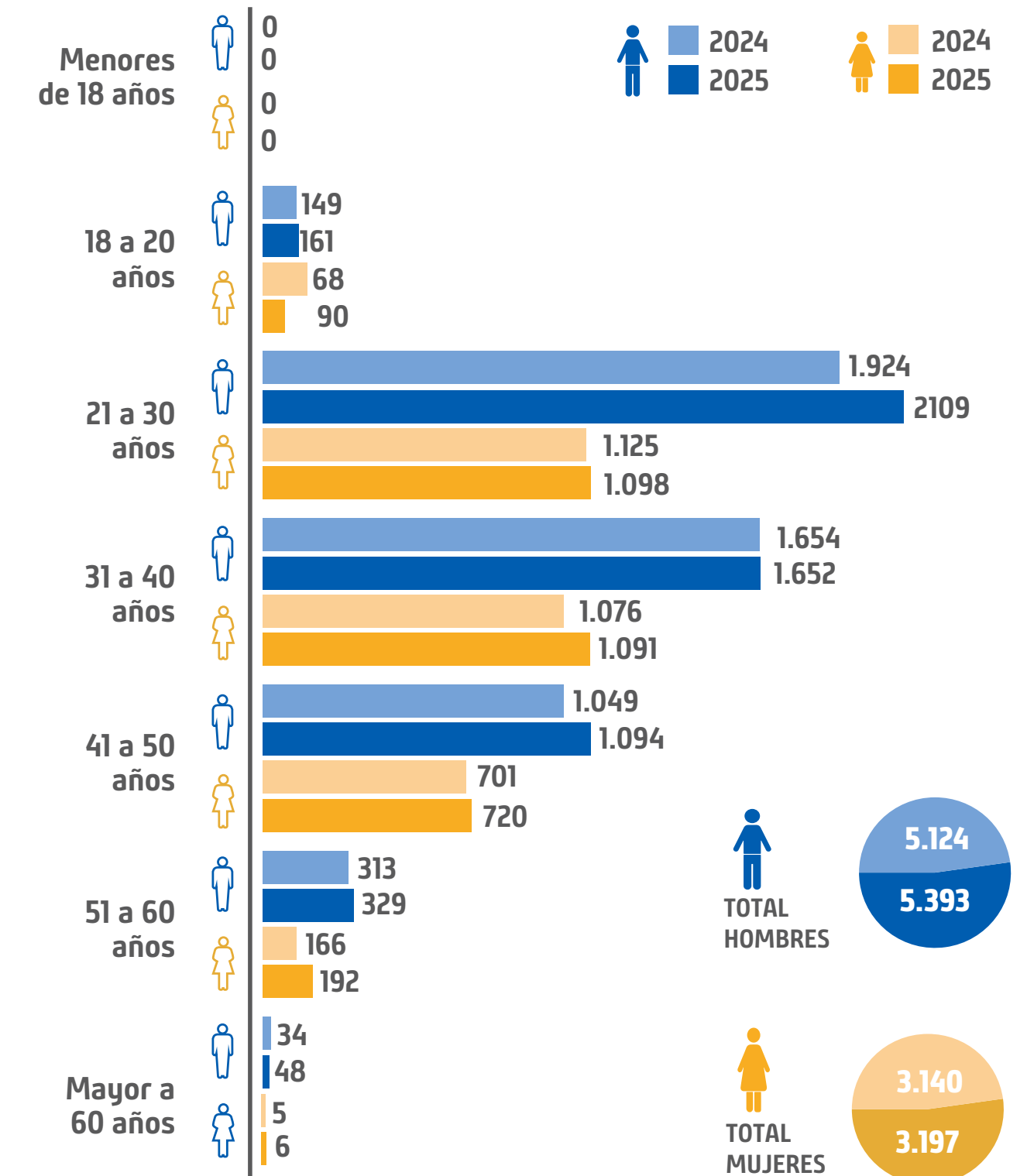
Por regiones

En nuestra planta de colaboradores, el 62,8 % se corresponde con hombres y el 37,2 % con mujeres. La mayor concentración de nuestro equipo se encuentra en la región Andina, que agrupa al 72 % del total. Le siguen la región Caribe (14,6 %), la Pacífica (10 %) y la Orinoquia (3,3 %), lo que refleja una presencia territorial sólida y alineada con nuestras operaciones en el país.

2025	Hombres	Mujeres	Total
Región Andina	2.295	3.891	6.186
Región Caribe	481	776	1.257
Región Orinoquia	113	170	283
Región Pacífica	308	556	864
Total general	3.197	5.393	8.590

Por grupo etario

Nuestra fuerza laboral es predominantemente joven-adulta. El grupo entre 21 y 30 años representa el segmento más grande (37 %), seguido por el rango de 31 a 40 años (32 %), lo que refleja una organización con talento en consolidación y desarrollo. El rango de 41 a 50 años (21 %) aporta esa madurez organizacional, mientras que los menores de entre 18 y 20 y adultos entre 51 y mayores de 60 tienen una participación menor.





Empleados nuevos

Durante el periodo se vincularon 2.272 personas, alcanzando una tasa de contratación del 26,4 %. El mayor dinamismo se dio en el talento joven, que representó 76,9 % de los ingresos, seguido por el grupo de 31 a 40 años. Por género, las tasas de contratación fueron de 28,7 % en hombres y 22,6 % en mujeres.

En términos territoriales, las contrataciones se concentran principalmente en las regiones Orinoquia (34,3 %), Pacífica (30,0 %) y Andina (28,3 %). Estos resultados reflejan un proceso de incorporación de talento que continúa fortaleciendo la operación con perfiles diversos y una presencia regional alineada con las necesidades del negocio.

Empleados nuevos

SODIMAC COLOMBIA	Grupo Etario				Género		Región				Total general
	Menores de 30 años	Entre 31 y 40 años	Entre 41 y 50 años	Mayor de 50 años	Hombres	Mujeres	Andina	Caribe	Orinoquia	Pacífica	
Número de empleados nuevos contratados	1.747	389	123	13	1.548	724	1.751	165	97	259	2.272
Total empleados	3.458	2.743	1.814	575	5.393	3.197	6.186	1.257	283	864	8.590
Tasa de contratación de nuevos empleados	50,5 %	14,2 %	6,8 %	2,3 %	28,7 %	22,6 %	28,3 %	13,1 %	34,3 %	30,0 %	26,4 %

Colaboradores extranjeros

En Homecenter creemos que la diversidad fortalece. Durante 2025 integramos más colaboradores internacionales, logrando un incremento consolidado de 24,5 %. Este intercambio de experiencias y culturas potencia nuestra innovación. Actualmente contamos con una fuerte presencia de talento venezolano, cuya representación creció de 47 a 60 integrantes.

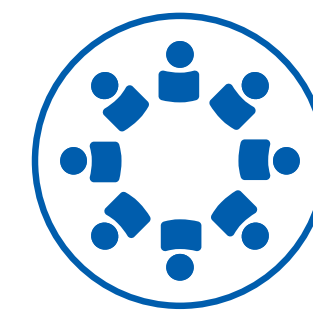
Nacionalidad colaboradores extranjeros



Rotación

Los resultados de 2025 muestran una rotación con un leve descenso, pasando de 25,98 % a 25,19 %, debido a una reducción de la rotación voluntaria, que pasó de 22,63 % a 16,61 %. Este comportamiento evidencia avances en la retención del talento, el compromiso de los equipos y la efectividad de las acciones implementadas en clima organizacional y en la propuesta de valor al colaborador. Por su parte, la rotación involuntaria aumentó de 3,35 % a 6,80 %, mientras que los retiros por jubilación y por cambios organizacionales se mantuvieron estables y con incidencia marginal en el resultado total.

Retiros	2024		2025	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Totales	2.087	25,98 %	1.973	25,19 %
Voluntarios	1.538	22,63 %	1.400	16,61 %
Involuntarios	549	3,35 %	573	6,80 %
Por jubilación	10	0,12 %	9	0,10 %
Por cambios organizacionales	0	0	0	0



Distribución y rotación por género y edades

En 2025, la franja con mayor participación fue la de los colaboradores menores de 30 años, con 3.203 personas. También fue el grupo con la tasa de rotación más alta, alcanzando el 47,5 %, lo que nos impulsa a reforzar las estrategias orientadas a su permanencia y desarrollo. En contraste, los rangos de mayor edad registraron niveles de rotación significativamente más bajos. Los hombres presentan mayor rotación que las mujeres en casi todos los rangos etarios, especialmente en menores de 30 años.

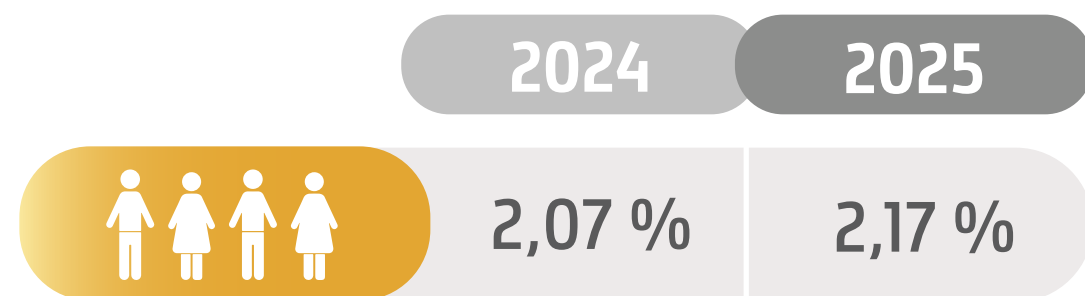
Colaboradores próximos a jubilación

En Homecenter brindamos herramientas e iniciativas orientadas al crecimiento personal y al bienestar social de los colaboradores que están próximos a su jubilación. Con el fin de acompañarlos en esta etapa de transición, realizamos un seguimiento personalizado con los prepensionados para conocer su estado actual, identificar oportunidades de apoyo y entregar estrategias que fortalezcan su bienestar integral.

Este acompañamiento incluye la posibilidad de acceder a asesorías especializadas en asuntos financieros, psicológicos y legales a través del programa Vive + Vive Mejor. De esta manera, promovemos una preparación integral para la jubilación, fomentando decisiones informadas, el fortalecimiento emocional y una mayor seguridad frente al futuro.

Porcentaje de personas próximas a jubilación

A 5 años de jubilarse



Rotación por género y edades

SODIMAC COLOMBIA	Menores de 30 años		Total	Entre 31 y 40 años		Total	Entre 41 y 50 años		Total	Mayores de 50 años		Total	Total general		Total general
	Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres	
Número total de empleados retirados	855	439	1.294	306	153	459	104	72	176	28	16	44	1.293	680	1.973
Total empleados enero 2025	1.875	1.073	2.948	1.721	1.108	2.829	1.125	748	1.873	402	212	614	5.123	3.141	8.264
Total empleados diciembre 2025	2.270	1.188	3.458	1.652	1.091	2.743	1.094	720	1.814	377	198	575	5.393	3.197	8.590
Total empleados promedio 2025	2.073	1.131	3.203	1.687	1.100	2.786	1.110	734	1.844	390	205	595	5.258	3.169	8.427
Número empleados nuevos contratados	1.211	536	1.747	252	137	389	77	46	123	8	5	13	1.548	724	2.272
Tasa de rotación	49,8 %	43,1 %	47,5 %	16,5 %	13,2 %	15,2 %	8,2 %	8,0 %	8,1 %	4,6 %	5,1 %	4,8 %	27,0 %	22,2 %	25,2 %

Condiciones de empleo y política salarial

Comprometidos con el bienestar de nuestra gente, mantenemos una política salarial ajustada a la regulación y en evolución constante, garantizando la estabilidad laboral y la sostenibilidad financiera.



Experiencia Homecenter

La experiencia del colaborador se construye desde el primer momento en el que hace su ingreso a la compañía y se fortalece a través de procesos de escucha y retroalimentación constante. Nuestra evaluación de desempeño y las mediciones de cultura y entorno logran una experiencia medible, ajustable y alineada con la estrategia de la organización y con las características propias de cada talento.

Primeros pasos en Homecenter

Acompañamos a nuestros nuevos colaboradores a través de la experiencia de trabajo *Hi-perWow*, que abarca desde el proceso de selección y contratación, con información clara

y atención cercana, hasta el contacto permanente con la compañía previo a su ingreso. Este enfoque busca generar desde el primer momento una integración acorde con nuestra cultura y forma de trabajar.

En 2025 fortalecimos el proceso de *onboarding* mediante la creación de la Ruta Esencial, que se divide según el centro de trabajo (Canales de Venta, CEDIS y OAT), para facilitar una integración más efectiva de los nuevos colaboradores. Adicionalmente, se incorporaron cursos de contexto de negocio, como marcas exclusivas y fundamentos de *retail*, que ayudan a los nuevos colaboradores en la comprensión del negocio. En 2025 incrementamos de 6,3 a 9,4 las horas por empleado dedicadas a este proceso, para hacer del ingreso una experiencia más consistente y orientada al desarrollo.



- Kit de bienvenida
- Plataforma de inducción virtual
- Espacio de bienvenida con Miguel
- Visitas a tiendas y Cedis dentro de plan de entrenamiento

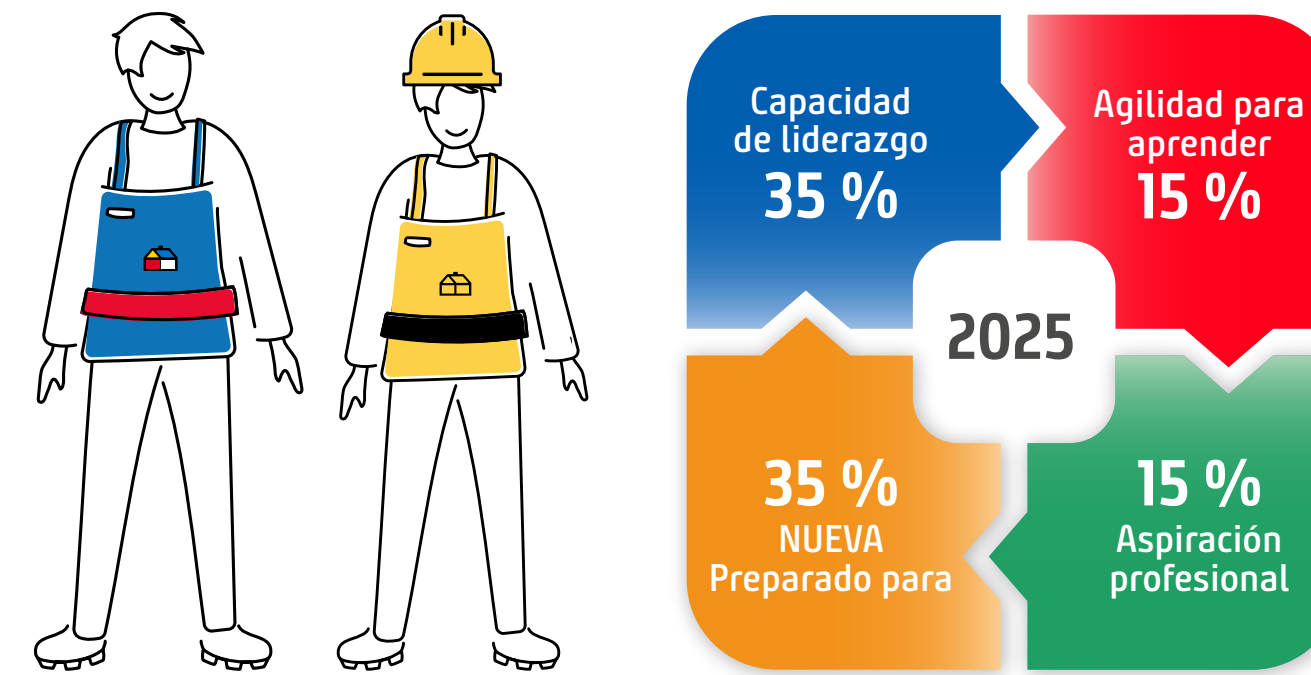


Evaluación sobre nuestro desempeño y desarrollo

Continuamos fortaleciendo nuestro modelo de Gestión de Desempeño y Desarrollo, lo que nos permite acompañar el crecimiento de nuestros colaboradores y reconocer su contribución al logro de los objetivos. A través de Rankmi, una herramienta que integra al personal en todos los niveles, evaluamos el desempeño a partir de competencias mediante formularios diferenciados para líderes, equipos de oficinas sin personal a cargo y colaboradores de la operación.

En 2025 avanzamos significativamente en la cobertura del proceso, pasando de evaluar al 95,6 % de los colaboradores en 2024 a un 99 %. Este incremento refleja una mayor apropiación del modelo, consistencia en su implementación y un compromiso más amplio con la gestión del desempeño como una herramienta clave para el desarrollo.

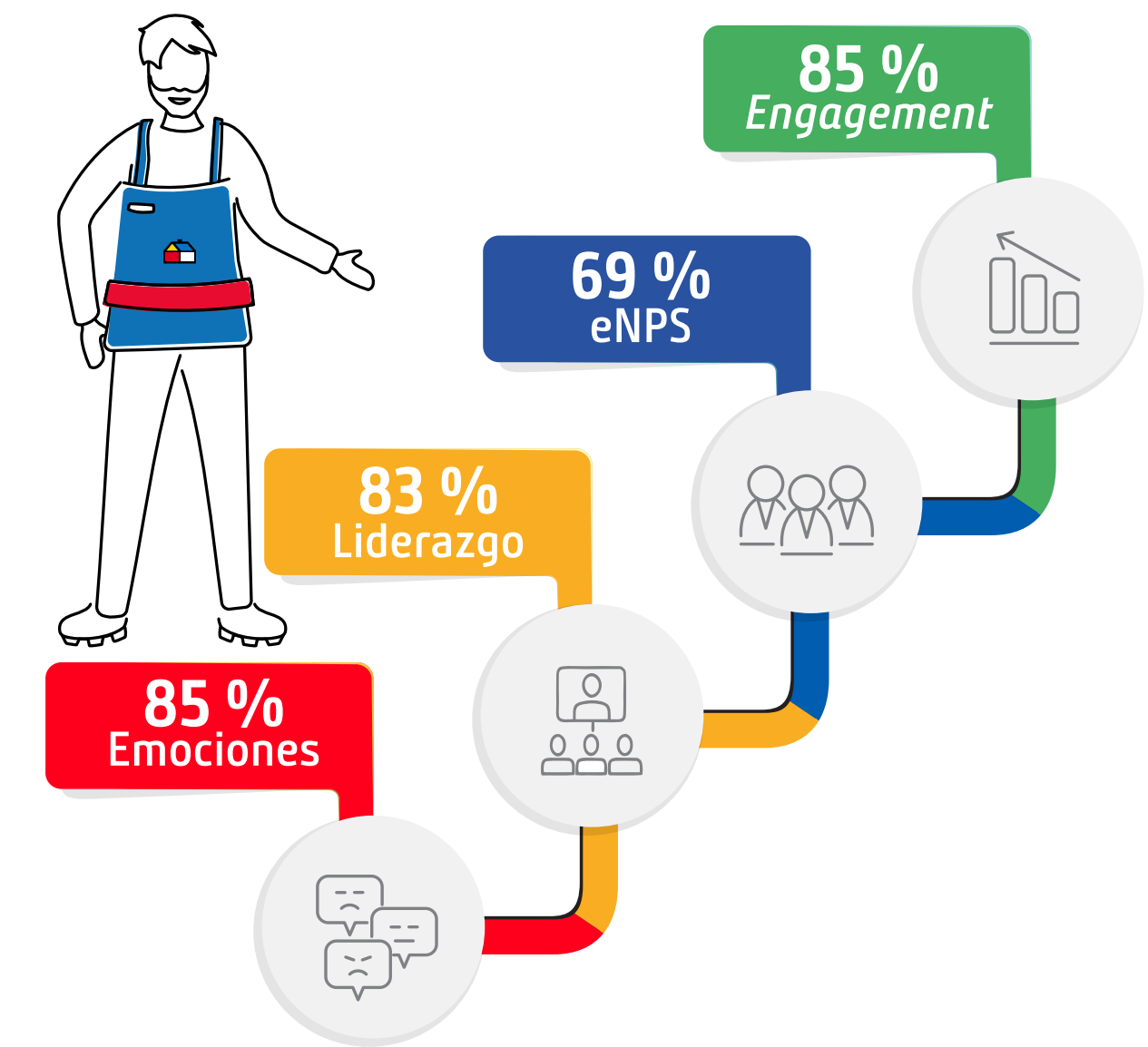
Aspectos para evaluar el potencial de desempeño



Encuesta de Cultura

Un total de 7.507 colaboradores, equivalente al 87 % de la organización, participó en la encuesta de 2025. Sus resultados revelan avances significativos en aspectos clave como el liderazgo y la gestión de las emociones. Asimismo, el NPS interno muestra una evolución positiva al pasar de 67 puntos en 2024 a 69 puntos en 2025, consolidando por un año más el puntaje más alto de toda la región. Este desempeño refleja reconocimiento interno y un creciente orgullo corporativo.

Resultados Encuesta Cultura



Participación evaluación de desempeño

SODIMAC COLOMBIA		Empleados con evaluación de desempeño						Total empleados						Porcentaje de empleados						Promedio total	
		2024			2025			2024			2025			2024			2025			2024	2025
		Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total		
Nivel 0-1	Presidente, gerentes o responsables de área	7	1	8	7	—	7	7	1	8	7	—	7	100,00 %	100,00 %	100,0 %	100,0 %	—	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Nivel 2	Mandos intermedios, jefes, superintendentes	60	41	101	60	40	100	60	41	101	60	42	102	100,00 %	100,00 %	100,0 %	100,0 %	95,2 %	98 %	100,0 %	98,0 %
Nivel 3	Profesionales calificados, especialistas, líderes, coordinadores	569	473	1.042	578	458	1.036	574	482	1.056	585	468	1.053	99,13 %	98,13 %	98,7 %	98,8 %	97,9 %	98 %	98,7 %	98,4 %
Nivel 4	Administrativos, analistas, asistentes, auxiliares, secretarías	540	374	914	450	349	799	553	387	940	455	353	808	97,65 %	96,64 %	97,2 %	98,9 %	98,9 %	99 %	97,2 %	98,9 %
Nivel 5	Operarios, cargos de base	3.726	2.112	5.838	2.962	1.724	4.686	3930	2230	6.160	2.967	1.732	4.699	94,81 %	94,71 %	94,8 %	99,8 %	99,5 %	100 %	94,8 %	99,7 %
Total		4.902	3.001	7.903	4.057	2.571	6.628	5.124	3.140	8.265	4.074	2.595	6.669	95,67 %	95,57 %	95,6 %	99,6 %	99,1 %	99 %	95,6 %	99,4 %

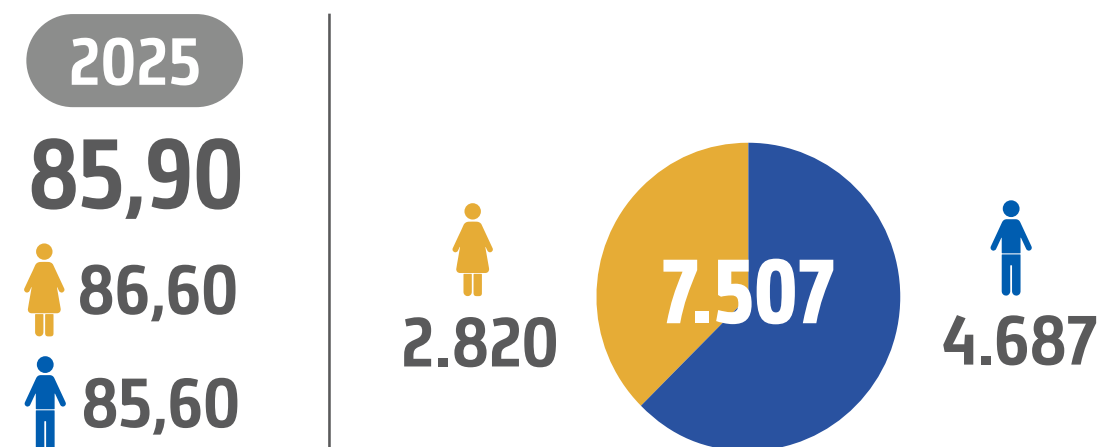
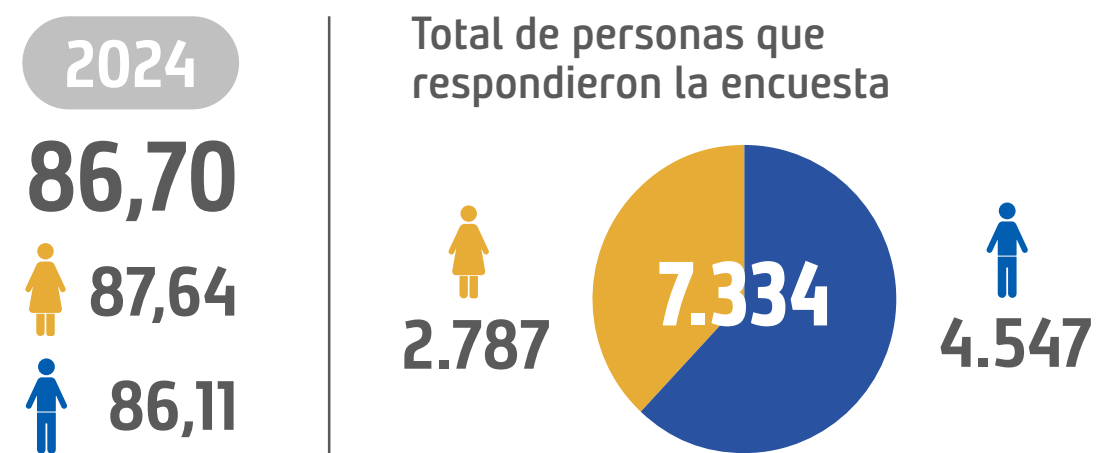
*Este promedio no representa la calificación o resultado del desempeño, sino el grado de participación de los colaboradores en el proceso de evaluación.

Encuesta de entorno laboral y salud emocional

Con un 86 % de favorabilidad en 2025, nuestra medición de evaluación de percepción mantiene su tendencia positiva y estable. En esta encuesta participaron más de 7.500 colaboradores, asegurando la solidez de los resultados en dimensiones como liderazgo, camaradería y bienestar emocional.

Este año, el análisis generacional reveló una experiencia laboral transversalmente positiva; desde los *baby boomers* hasta la generación Z, los puntajes registraron variaciones inferiores al 1 %. Estos datos confirman la consolidación de una cultura de cuidado con altos niveles de satisfacción y sin brechas significativas entre segmentos.

Clima laboral



	Baby Boomers	86,0
	Generación X	85,7
	Millennials	85,9
	Generación Z	86,1

Beneficios que transforman la experiencia de trabajo

Impulsamos iniciativas y beneficios que fortalecen la experiencia de nuestros colaboradores, promoviendo la flexibilidad, la conexión y el reconocimiento continuo. Estas acciones apoyan nuevas formas de trabajo y contribuyen a entornos más cercanos y ajustados a las necesidades de nuestros equipos.

Smart Working

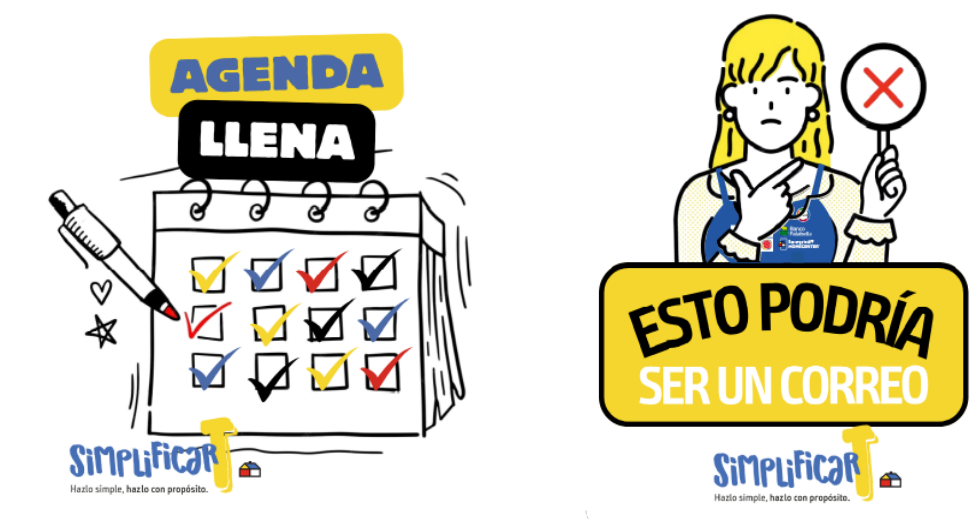
El *Smart Working* hace parte de nuestra cultura y de la forma en la que confiamos en nuestros colaboradores. Nos permite desempeñarnos con mayor flexibilidad, equilibrar la vida personal y laboral, y reducir los tiempos de desplazamiento, aportando a una experiencia de trabajo más próxima y sostenible.

La presencialidad tiene sentido cuando nos encontramos para compartir, colaborar y construir juntos. Por eso, los colaboradores que no cuentan con un centro de trabajo fijo o pertenecen a la Oficina de Apoyo a Tiendas desarrollan sus labores de manera remota, manteniendo la conexión necesaria para el trabajo diario.



Simplificar T

Simplificar T nace como una iniciativa para hacer las cosas más simples, prácticas y eficientes. Esta apuesta alinea la forma en la que trabajamos con nuestro propósito, promoviendo decisiones más ágiles y procesos que facilitan la experiencia de nuestros colaboradores y clientes. Impulsamos una cultura de simplicidad que invita a cuestionar lo que no aporta y a priorizar lo que genera valor, trabajando de manera más clara, productiva y en equipo.



Puntos en Casa

Puntos en Casa siguió consolidándose como una experiencia de reconocimiento relevante para los equipos; en 2025, 6.760 colaboradores participaron activamente, y se redimieron 764.758 puntos en más de 150 comercios. Este resultado representa un aumento del 31,7 % en puntos redimidos frente a los 580.778 puntos utilizados en 2024, lo que muestra un mayor aprovechamiento de los beneficios y un incremento en el valor percibido del programa.



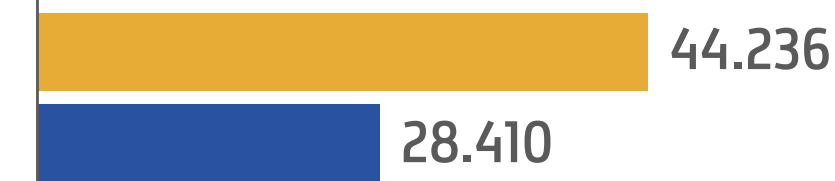
Workvivo

Workvivo es el canal principal para mantenernos informados y conectados como equipos. Desde su lanzamiento a finales de 2024, impulsamos la adopción de la plataforma para que los colaboradores la incorporaran en su trabajo diario, usándola para conocer novedades, participar en iniciativas, reconocer logros y estar al tanto de lo que ocurre en la compañía. Este avance se reflejó en un nivel de activación del 90,6 %, demostrando el interés y la participación de nuestros colaboradores y el rol de Workvivo como un espacio que fortalece la comunicación y el sentido de pertenencia.

Total de usuarios



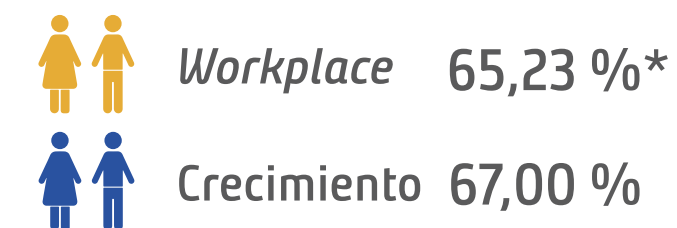
Total publicaciones



Comentarios



Miembros activos



*Incluye miembros fantasmas y perfiles inactivos.

Estos resultados reflejan un alto nivel de interacción en Workvivo, con un uso activo y constante por parte de nuestros colaboradores. El 70,23 % de las interacciones se realizó a través del acceso web y el 79,73 % mediante la aplicación móvil, haciendo evidente que la plataforma se integra de



manera natural al día a día de los equipos. La participación activa en campañas y comunicaciones confirma que Workvivo se ha convertido en un espacio que favorece la transparencia, el reconocimiento y la conexión entre todos los niveles de la organización, fortaleciendo nuestra cultura y la experiencia de trabajar en Homecenter.

Formarnos para crecer

En 2025 robustecimos la capacitación de nuestros colaboradores a través de un portafolio de aprendizaje integrado, impulsado desde nuestra Universidad Corporativa Mundo Eureka. Con foco en talento digital, liderazgo y desempeño en la operación, este portafolio acompaña el crecimiento y el aprendizaje de nuestros colaboradores dentro de la compañía. Como parte de estos avances, en 2025 implementamos un ecosistema móvil de aprendizaje que integra Eureka, Ubits, Coursera y Platzi. Esta iniciativa permitió ampliar el acceso a la formación técnica y digital, facilitar el cumplimiento normativo y superar las limitaciones de tiempo y uso de dispositivos en la operación.

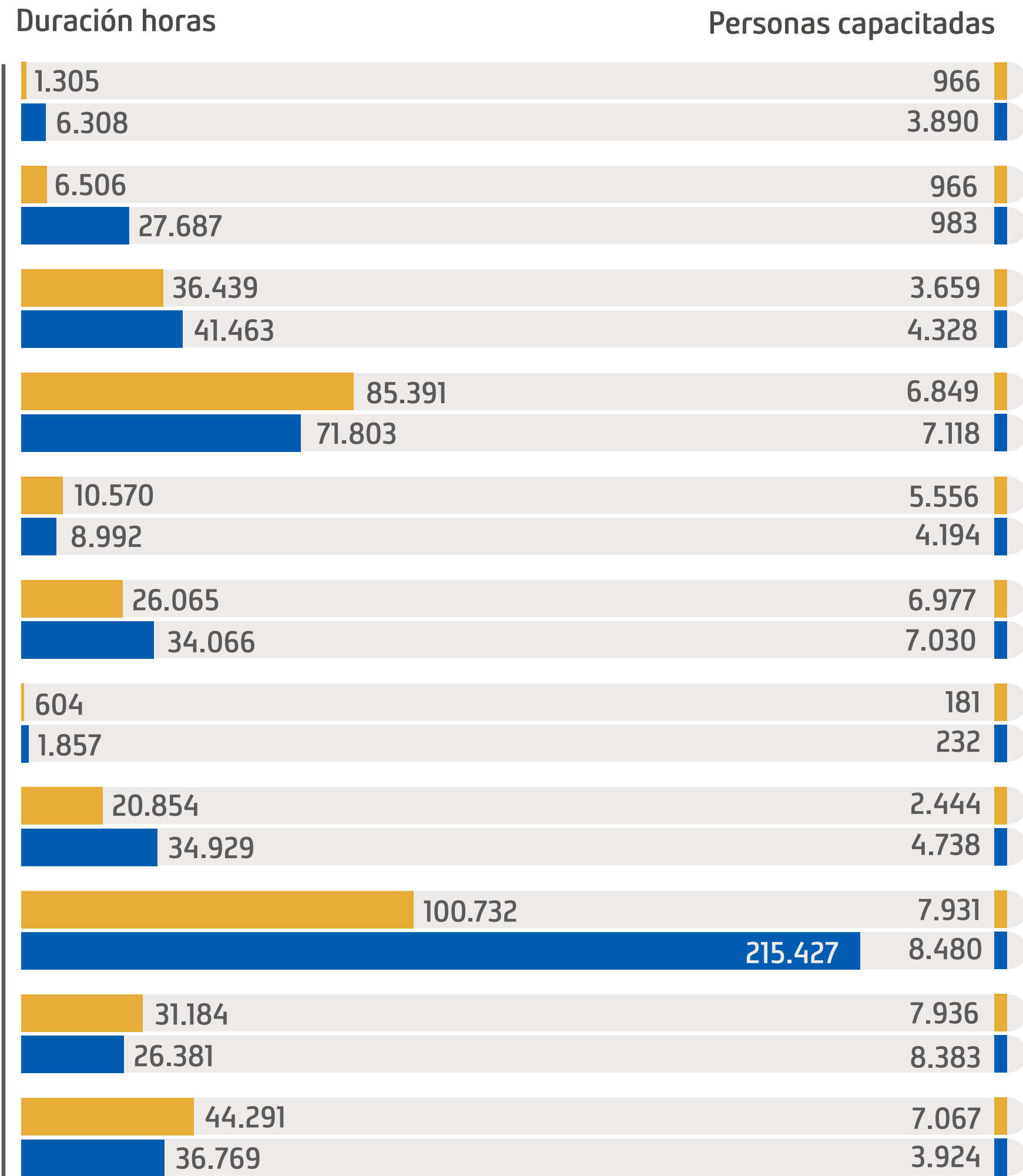
Además, integramos nuestro sistema de gestión del aprendizaje con la herramienta de analítica y visualización de datos para permitir que los centros de trabajo y los líderes pueden monitorear el avance por escuelas, rutas y cursos,

identificar brechas por equipo o perfil y tomar decisiones informadas para dirigir la formación hacia las capacidades más críticas.

Escuelas

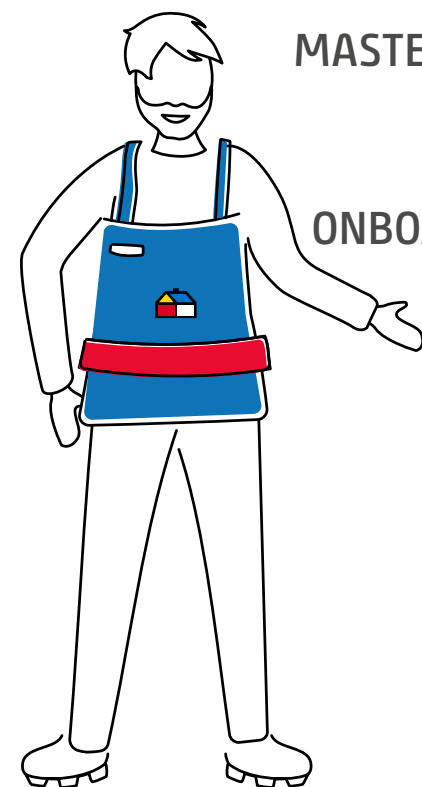
Durante 2025 la capacitación siguió siendo clave para el desarrollo del talento. Las horas de formación aumentaron un 39 %, lo que refleja un mayor esfuerzo en profundidad y calidad de los procesos formativos; de igual manera, subió la participación en un 0,3 % respecto de 2024, con 8.942 colaboradores, y se aumentó la inversión en un 26 % frente al año anterior.

	2024	2025
Horas de formación	363.940	505.681
Colaboradores capacitados	8.521	8.942



Total duración horas
2024 • 363.940
2025 • 505.681

Total personas capacitadas
2024 • 8.521
2025 • 8.942



Medios de Pago

Impulsamos la actualización en medios de pago, capacitando a nuestros colaboradores para que operen con seguridad y eficiencia en tiendas y canales digitales. La formación abarca sistemas, herramientas y buenas prácticas, asegurando la continuidad de la operación y una experiencia de pago confiable para los clientes.

Logística

Afianzamos el conocimiento de nuestros colaboradores en la cadena de abastecimiento, acompañando sus labores diarias y el desarrollo de habilidades clave para mejorar la eficiencia operativa. La formación integra procesos, estrategias y tecnologías logísticas que apoyan una gestión más ágil y acorde con las necesidades del negocio. La formación acompañó iniciativas clave, como el proyecto Arthur de automatización con robots.

Transformación Digital

Promovemos el desarrollo de las capacidades digitales de nuestros colaboradores, impulsando una mentalidad de innovación y aprendizaje continuo. En este marco, diseñamos e implementamos el programa Conceptos Generales de IA y Copilot, dirigido a 2.400 colaboradores que cuentan con licencia Microsoft, con el objetivo de avanzar en el uso de

herramientas de inteligencia artificial aplicadas a su trabajo diario. A través de este y otros espacios de formación buscamos cerrar brechas digitales, fortalecer el aprendizaje continuo y potenciar la productividad organizacional.

Venta Omnicanal

Fortalecemos las capacidades comerciales de nuestros vendedores en estrategias de venta omnicanal, integrando la atención en tienda, canales alternativos y digitales. La formación incorpora modelos como Venta Digital y un enfoque de asesoría personalizada, orientado a generar mayor valor para los clientes y nuevas oportunidades de negocio. La formación acompañó iniciativas como la Nueva App Homecenter, Pet Center Petizoos, CrediCrea y el relanzamiento del modelo de Vendedor Digital.

Eficiencia

La filosofía Lean, enfocada en la optimización de procesos y resultados, orientó sus contenidos *e-learning* a procesos clave como recibo, despachos y retiro en tienda, reposición e inventarios, buscando la estandarización de prácticas y la mejora de la productividad en la operación. Adicionalmente, se impulsó la formación especializada a través del lanzamiento del Diplomado en Operaciones Retail.





Homecenter Empresas

Impulsamos las capacidades de los equipos que atienden clientes empresariales, a partir de contenidos especializados que permiten comprender sus necesidades y características. La formación está orientada a desarrollar soluciones alineadas con los segmentos Constructor y MRO, fortaleciendo los procesos de mantenimiento, reparación y operaciones. En 2025 se hizo el lanzamiento de una ruta virtual de formación por niveles (básico, intermedio y avanzado), orientada a desarrollar las competencias de los equipos a escala.

Liderazgo

Seguimos fortaleciendo el modelo Soy un Crack Sodimac. En 2025 lanzamos Cliente 360: Todos Somos Experiencia, enfocado en potenciar comportamientos de liderazgo que se traduzcan en una mayor pasión por el cliente. Como parte de esta evolución, digitalizamos los módulos de formación e implementamos la ruta Avanzando a Crack, estandarizando herramientas prácticas y consolidando el modelo en toda la organización.

Salud y Seguridad en el Trabajo (SST)

Afianzamos el autocuidado y la prevención de la accidentalidad y las enfermedades laborales; del mismo modo, consolidamos una cultura de seguridad, promoviendo entornos de trabajo más seguros y responsables para nuestros colaboradores.

Las Escuelas Corporativas consolidaron en 2025 su aporte estratégico en Homecenter, combinando expansión, profundización y optimización de la formación según las prioridades de cada frente. Mientras algunas escuelas ampliaron su cobertura en colaboradores capacitados como Medios de Pago, Liderazgo y Homecenter Empresas, otras profundizaron la intensidad formativa, como Logística y SST, que incrementaron de manera ostensible sus horas de capacitación. Cabe destacar un avance relevante en la adopción del modelo Soy un Crack Sodimac, con un incremento del 68 % en las horas de formación frente a 2024 y un aumento del 94 % en las personas alcanzadas, reflejando la expansión del modelo hacia distintos niveles de liderazgo individual, grupal y gerencial.

Formación especializada y cursos virtuales

La formación virtual también tuvo un rol clave en la evolución de nuestros procesos de aprendizaje, facilitando mayor flexibilidad y personalización, y ampliando el acceso a contenidos formativos más allá de los esquemas presenciales. Durante el período se desarrollaron cursos en temáticas como libre y leal competencia, derechos humanos, responsabilidad social empresarial, ética empresarial, protección de datos personales, seguridad de la información, vendedor digital, manejo de reuniones, SAGRILAF, gerencia por compromisos, prevención del acoso laboral y sexual, y sistema de gestión ambiental; con ellos fortalecimos conocimientos esenciales para una gestión responsable y un mejor desempeño.

Durante 2025 se desarrollaron cerca de 150 contenidos *e-learning*, en su mayoría producidos internamente, lo que permitió ampliar la oferta formativa sin un incremento proporcional en costos. La producción interna representó ahorro y fortalecimiento del conocimiento.



Digital Fest

En 2025 realizamos la cuarta edición del Digital Fest, un espacio que impulsa la adopción de capacidades digitales en los equipos de tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo a tiendas. Esta iniciativa promueve el aprendizaje y la exploración de tendencias como inteligencia artificial, automatización, ciberseguridad y metodologías ágiles, fortaleciendo la forma en la que las áreas integran la transformación digital en su trabajo. Se contó con la participación de más de 350 colaboradores.





Semilleros que mueven la aguja del talento interno

Durante 2025 implementamos acciones para promover el desarrollo de los colaboradores a través de programas como Crece en Casa, Home of Devs, Taller de Crack Sodimac, Gerencia por Compromisos e Hiperlearning, impulsando el crecimiento en posiciones tecnológicas estratégicas, como desarrolladores expertos, y también en roles de liderazgo, como gerentes de almacén. Estas acciones permitieron promover a 264 empleados.



Home of Devs

Home of Devs (Casa de Desarrolladores) es nuestro semillero de talento tecnológico, que identifica y potencia a colaboradores con bases en desarrollo de software a través de rutas de formación con mentorías, fortalecimiento del bilingüismo y proyectos reales. En 2025, en su tercera edición, 25 colaboradores avanzaron a mentorías y proyectos, registrándose dos promociones internas que robustecen la sucesión, la movilidad y la continuidad del negocio.

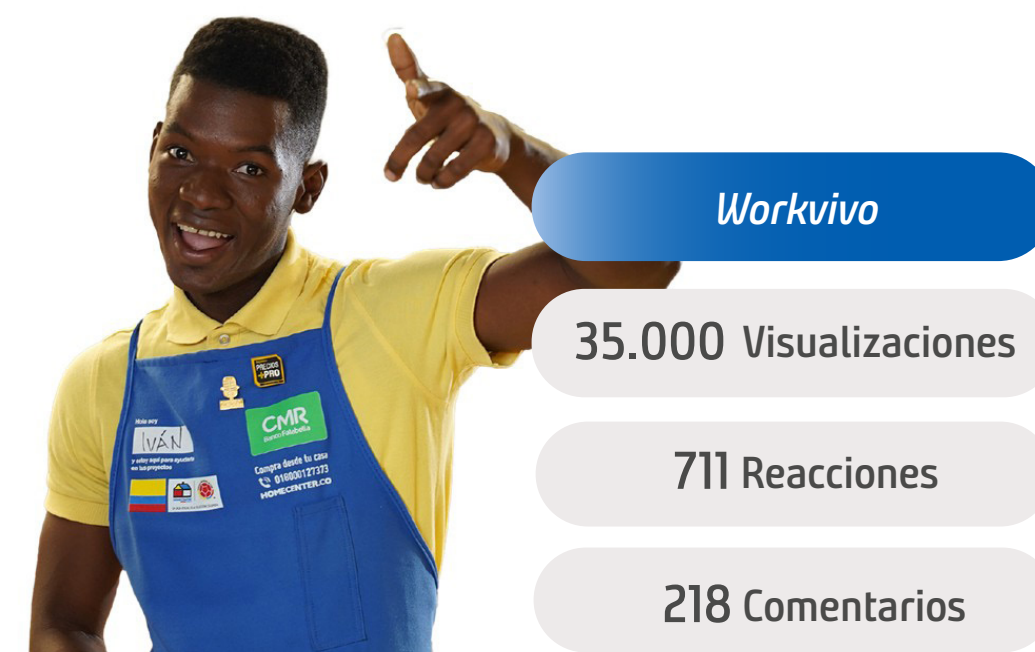
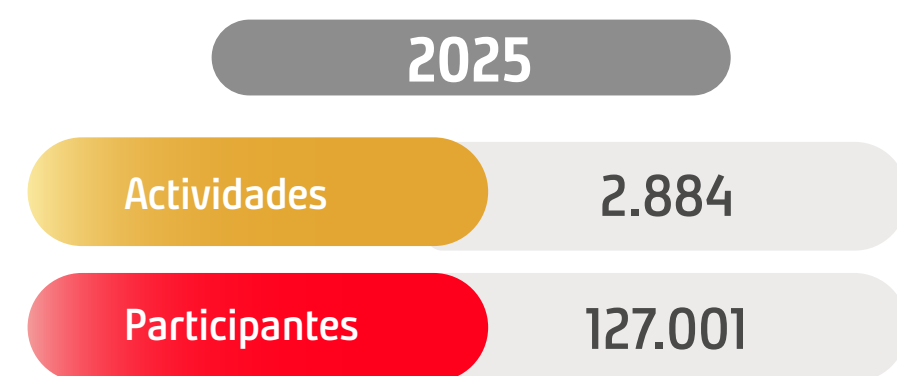
Crece en Casa

Crece en Casa busca fortalecer el conocimiento técnico y desarrollar competencias en colaboradores que ocupan cargos estratégicos y críticos, con el fin de prepararlos para asumir estos roles cuando se presentan vacantes. Durante 2025, 36 participantes culminaron su proceso de formación e iniciaron la etapa práctica, logrando consolidar 12 movimientos internos, lo que representa un 33 % de conversión y refuerza nuestro compromiso con el desarrollo del talento interno.

Acompañando a quienes más queremos

En Homecenter reconocemos que el bienestar de nuestros colaboradores también se construye junto a sus familias. Por eso, con el programa Creciendo Junto a Nuestra Familia promovemos espacios de ocio, recreación, entretenimiento e integración que fortalecen los vínculos, generan momentos de encuentro y aportan al equilibrio entre la vida personal y la laboral. Estas iniciativas buscan crear experiencias positivas que favorezcan la salud mental y física, y contribuyan a un entorno de trabajo más cercano, humano y agradable, en el que las familias también hacen parte de lo que somos.

Durante 2025 continuamos fortaleciendo el cuidado de nuestros colaboradores a través de la gestión de la Mesa de Salud Mental, impulsando espacios de acompañamiento, sensibilización y formación. A lo largo del año desarrollamos activaciones en los centros de trabajo y compartimos contenidos de bienestar a través de Workvivo, junto con programas formativos orientados al autocuidado y la salud emocional, disponibles tanto en formato virtual como sincrónico para equipos de tiendas y CEDIS.



Promoción a los emprendimientos de las familias Homecenter

En 2025 fortalecimos el programa de Emprendimiento Familiar con la incorporación de una modalidad dirigida a familiares que cuentan con una idea de negocio en desarrollo. Acompañamos a 90 familiares de colaboradores a través de cursos teóricos y prácticos, y espacios de *coaching* con expertos en emprendimiento, orientados a transformar ideas en proyectos viables. La iniciativa se articula con los talleres de capacitación en oficios y emprendimiento básico que ya formaban parte del programa, ampliando las oportunidades para impulsar los emprendimientos de las familias.



Vive + Vive Mejor

Durante 2025 impulsamos el programa Vive + Vive Mejor, a través del cual acompañamos las distintas necesidades del día a día en ámbitos como psicología, asesoría legal, nutrición, finanzas y trámites administrativos que ayudan a liberar tiempo, además de servicios de mensajería sin costo. Gracias a esta oferta integral, 3.537 colaboradores fueron beneficiados con los servicios del programa, reafirmando nuestro compromiso con el cuidado, el bienestar y la calidad de vida de las personas.

Espacios en pro del bienestar

Con comunidades para el bienestar impulsamos espacios de cuidado, respeto e inclusión que robustecen nuestros equipos, promoviendo relaciones basadas en la empatía, el apoyo mutuo y el reconocimiento de la diversidad.

A través del programa Conexión Mamás y Papás acompañamos a más de 900 madres y padres en las etapas de gestación y crianza, brindando contenidos actualizados y espacios de orientación que fortalecen el bienestar familiar. En 2025 desarrollamos talleres como El lado B de la Lactancia y Lactancia y Sueño, enfocados en entregar herramientas prácticas para las familias.

Además, contamos con la comunidad digital Manada Sodimac, que reúne a 1.145 miembros y 192 mascotas. Es una iniciativa que nos permite compartir experiencias, información y actividades para promover el cuidado y bienestar de nuestros animales de compañía.





Calidad de vida y relaciones laborales

El índice de calidad de vida reúne iniciativas orientadas a acompañar el bienestar integral de nuestros colaboradores y sus familias. A través de este enfoque, promovemos espacios de encuentro, recreación e integración, junto con herramientas que apoyan la salud emocional, la educación y el equilibrio en el día a día. Estas acciones reflejan nuestro compromiso con cuidar a las familias que hacen parte de Homecenter y fortalecer su calidad de vida. Frente a 2024, logramos un incremento del 15,6 % en la cantidad de personas beneficiadas y un crecimiento del 21,5 % en la inversión, lo que elevó en torno del 5 % la inversión promedio por beneficiario, consolidando un acompañamiento más robusto y pertinente. Durante 2025 se realizaron 3.526 actividades de calidad de vida laboral en las que participaron más de 150.000 colaboradores y 9.185 familiares, fortaleciendo los vínculos y el sentido de comunidad.

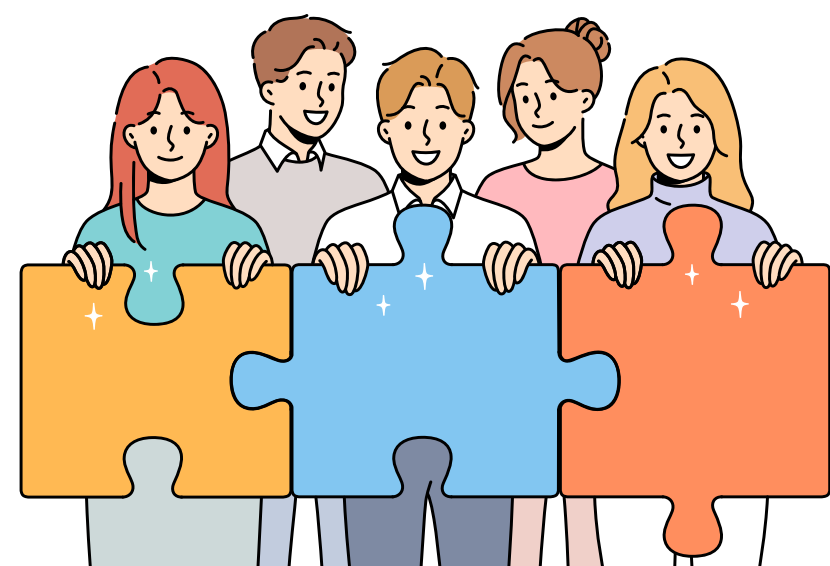


Nuestras Relaciones Laborales

Cuidar la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores es una prioridad permanente. Por ello, trabajamos de manera constante en la construcción de entornos de trabajo seguros y saludables en todos nuestros centros, a través de una estrategia integral orientada a la prevención y al cuidado de las personas.

Cómo se construyen las relaciones laborales

En Homecenter promovemos espacios de diálogo abiertos y participativos en los que nuestros colaboradores pueden expresar inquietudes, abordar situaciones y fortalecer relaciones laborales basadas en el respeto. Estos espacios favorecen la escucha oportuna y la resolución temprana de asuntos, contribuyendo a una convivencia laboral sana y al fortalecimiento del sentido de pertenencia.



	2024	2025
Beneficiados	71.234	82.361
Monto total	\$64.936.292.434	\$78.898.846.508

Decálogo de Relaciones Laborales

Valor del Trabajo Digno
Creemos en el poder transformador del trabajo bien hecho, digno, respetuoso y colaborativo.

Experiencia de Trabajo Memorable
Nos esforzamos por ofrecer una experiencia laboral memorable, gratificante y eficiente, que impacte positivamente en la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

Talento y Liderazgo Transformador
Confiamos en la capacidad de nuestra gente, promoviendo el liderazgo transformador y el desarrollo continuo del talento.

Competencia Ética y Preferencia del Cliente
Ejercemos la libre competencia desde principios éticos, buscando siempre la preferencia y confianza de nuestros clientes.

Participación y Escucha Activa
Creamos espacios de confianza participativos que promueven la escucha activa, permitiendo la construcción conjunta de un mejor lugar para trabajar y el fortalecimiento del país.





Sindicato

Mantenemos una relación basada en el diálogo permanente y el respeto con las organizaciones sindicales, promoviendo espacios de encuentro que fortalecen las relaciones laborales. Estas instancias permiten abordar temas de interés común y avanzar en acuerdos que contribuyen a un entorno laboral equilibrado y constructivo. En 2025 los espacios de diálogo aumentaron un 2,8 % y los días de permiso sindical crecieron un 14,2 % frente al año anterior.



	2024	2025
Total empleados	8.647	8.590
Empleados cubiertos	366	322
Empleados no cubiertos	8.281	8.268
Espacios de diálogo	109	112
Días de permiso sindical	797	910

Comprometidos con nuestro cuidado: Sistema de Gestión de SST

En Homecenter contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) en consonancia con la normatividad vigente en Colombia, orientado a la prevención y control de los riesgos que puedan afectar la

seguridad y la salud de nuestros colaboradores, contratistas y demás personas que interactúan en nuestros centros de trabajo. Este sistema se basa en principios de mejora continua y buenas prácticas, y es evaluado periódicamente mediante auditorías internas y externas, y los procesos establecidos con la ARL y el Ministerio de Trabajo.

Garantizamos el acceso al sistema de seguridad social y complementamos la atención con servicios de apoyo en salud, incluyendo acompañamiento en salud mental a través de proveedores especializados. Durante 2025 logramos actualizar los protocolos de seguridad y prevención conforme a las nuevas leyes, presentando cero riesgos. Además, consolidamos el Comité de Infraestructura, con la promoción de un trabajo más colaborativo, obteniendo mejores resultados y garantizando un entorno más seguro.

En 2025 la Escuela SST fortaleció su articulación con el área de Seguridad y Salud en el Trabajo para consolidar a Mundo Eureka como la plataforma centralizada de gestión de la formación, integrando las acciones sincrónicas y asincrónicas. Este enfoque permitió unificar en un solo espacio tanto la ejecución como la consulta de todas las horas de capacitación en SST, mejorando la trazabilidad, el acceso a la información y la gestión del conocimiento por parte de los equipos. En comparación con 2024, se presentó un incremento en las horas de formación y en el número de colaboradores capacitados, reflejo de una mayor cobertura y eficiencia en la gestión formativa en materia de prevención y autocuidado. En 2025 recibieron capacitación 8.480 colaboradores.

Indicadores de Gestión 2025

Evaluamos de manera permanente nuestra gestión para definir acciones orientadas a fortalecer entornos de trabajo seguros y saludables, reduciendo los riesgos asociados a las actividades diarias y promoviendo el cuidado de nuestros colaboradores. En 2025 presentamos 29,01 % de tasa de severidad, una tasa de accidentalidad de 4,19 % y una tasa de 0 en mortalidad de accidentes de trabajo, además de un número de 446 accidentes.

Indicadores de Gestión	2025
Tasa de severidad	29,01 %
Tasa de frecuencia accidentalidad	4,19 %
Tasa de mortalidad de accidentes de trabajo	0
Número de accidentes de trabajo con o sin pérdida de tiempo	446
Total de días de incapacidad laboral por accidentes de trabajo	2.748
Ausentismo laboral por causa médica	1,83 %
Personas con enfermedad laboral	31



Empleados directos y temporales	2024	2025
Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0	0
Tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	2	2
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0,11	0,12
Lesiones por accidente laboral registrables	300	397
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	17,12	22,98
Fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral	0	0
Casos de dolencias y enfermedades laborales registrables	60	57
Horas trabajadas	17.514.256	17.276.954

Principales tipos de lesiones por accidente laboral por región

Top 3 de lesiones por accidente:

- Golpe o contusión
- Herida
- Torcedura, esguince, desgarro muscular, hernia o laceración de músculo o tendón sin herida

Principales tipos de enfermedad laboral por región

Principales enfermedades laborales:

- Síndrome de túnel carpiano
- Trastorno de disco lumbar

Empleados contratistas	2024	2025
Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0	0
Tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0	0
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0	0
Lesiones por accidente laboral registrables	38	61
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	14,71 %	24,40 %
Horas trabajadas	2.582.832	2.499.858

Principales tipos de lesiones por accidente laboral por región

- Golpe o contusión
- Pisadas, choques o golpes



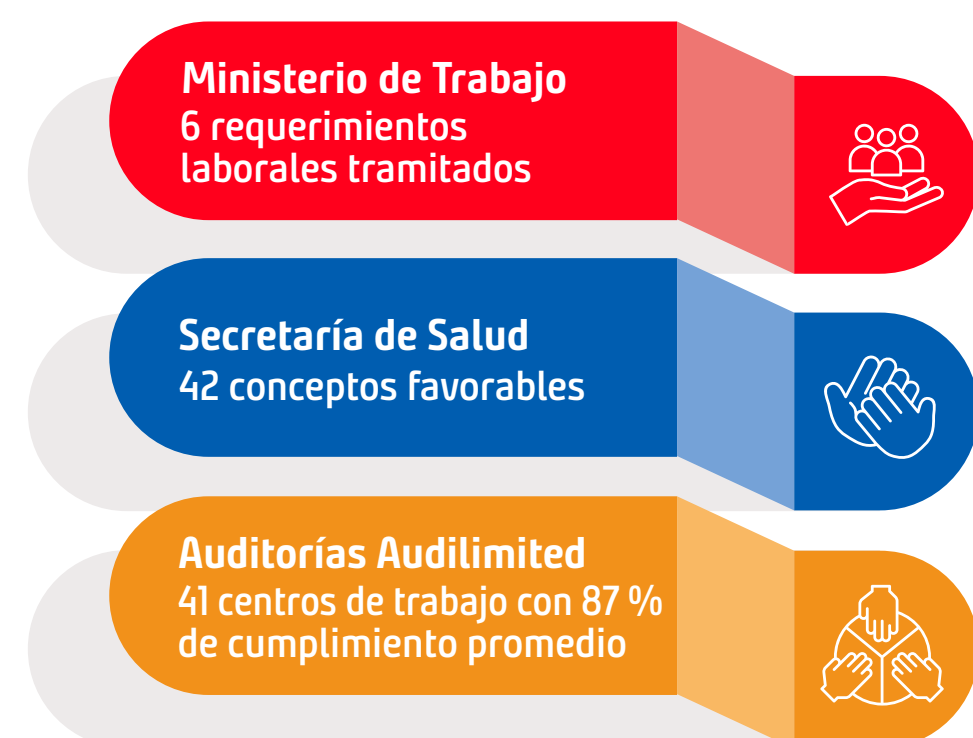
El sistema de Gestión de SST ha identificado los peligros significativos para la seguridad y la salud de las personas, los cuales se encuentran en la matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos.

El peligro que generó eventos de grandes consecuencias durante 2025 fue el mecánico (operación de máquinas de corte y dimensionado). Como medida de intervención, desde la Escuela SST se realizó un ajuste al material de aprendizaje de corte y dimensionado, al igual que el cambio del tipo de guantes usados en la manipulación de láminas.

Auditoría Interna y Externa

Auditoría Interna

Como parte de nuestro programa anual, realizamos auditorías internas en los centros de trabajo para verificar el cumplimiento de los estándares de Seguridad y Salud en el Trabajo, alcanzando en promedio un 97 % de cumplimiento. Estos ejercicios permiten identificar oportunidades de mejora y fortalecer la gestión preventiva en nuestras operaciones.



Gestión de Peligros

Trabajamos de manera permanente en la identificación, evaluación y control de los riesgos y peligros asociados a nuestras operaciones, con el objetivo de prevenir accidentes que puedan afectar a colaboradores, clientes o terceros.

Durante 2025 continuamos fortaleciendo programas clave, como la gestión de peligros significativos, los reportes de condiciones, procesos y actos inseguros (CPA), la Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial (UVAE) y la Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo. En este período hicimos especial énfasis en la operación de montacargas y de

máquinas de corte y dimensionado, reforzando la formación del personal, promoviendo prácticas de seguridad vial y difundiendo aprendizajes preventivos mediante señalización y alertas operativas. Estas acciones contribuyen a consolidar una cultura de prevención y autocuidado en nuestros centros de trabajo.

Principales logros en el manejo de peligros



Químico

- Publicación en la web de hojas de seguridad de productos peligrosos.
- Definición de estándar de almacenamiento para plaguicidas, productos a la intemperie e inflamables.



Mecánico

- Implementación de Gerencia Visual en máquinas y equipos críticos.
- Actualización del material de capacitación del área de corte y dimensionado.



Eléctrico

- 98 % de cumplimiento en formación de Seguridad Eléctrica.
- Implementación de pértigas de rescate con detector de tensión a escala nacional.
- Actualización total de diagramas unifilares en centros de trabajo.



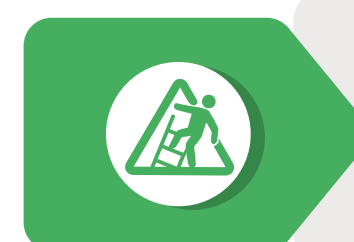
Vial

- 98 % de cumplimiento en la primera auditoría interna del PESV.
- 100 % de ejecución del Comité de Seguridad Vial.
- Simulacro vial y actividad Punto Seguro con transportadoras.



Almacenamiento

- Creación del Comité de Infraestructura Segura.
- Actualización de fichas de aseguramiento en exhibiciones críticas.
- Implementación de *displays* seguros en áreas de decoración y jardín.



Trabajo en alturas

- Reposición de equipos certificados para protección contra caídas.
- Mantenimiento preventivo y correctivo de UVAES.
- Implementación de curso administrativo para jefes líderes.

Estrategia de reporte preventivo

Continuamos con la estrategia para el reporte digital de Condiciones, Procesos o Actos Inseguros (CPA) vía Mobile. Este sistema permite realizar reportes automáticos de los hechos, así como cargar registro fotográfico, y su envío al centro de trabajo, donde se identifica; posteriormente, en cada centro de trabajo, el líder de Seguridad y Salud genera las alertas y gestiona con su equipo. Durante 2025 se recibieron 4.610 reportes mediante el uso del código QR, de los cuales se gestionaron y cerraron oportunamente el 90 % de los casos reportados.

Peligro alturas

1.638 personas formadas en alturas (trabajador autorizado, reentrenamiento y coordinador); de ellas, el 62,8 % fueron formadas en nuestras UVAES.

Contamos con cinco UVAES en las ciudades de Cali, Medellín, Barranquilla, Bogotá y Funza, en las que se formaron 1.029 colaboradores.

Gestión de amenazas

Nuestra gestión también está enfocada en la prevención y atención de emergencias, para lo cual realizamos simulacros con colaboradores y clientes, guías locales de emergencias y reportes, entre otras actividades. A continuación, presentamos las diferentes estrategias con las que contamos para la gestión adecuada de amenazas.

Simulacro Nacional de Evacuación

Durante 2025 se realizó el noveno Simulacro Nacional de Evacuación. En la jornada participaron 3.849 personas, entre colaboradores, clientes y contratistas.





Brigada de emergencias

Contamos con una brigada de colaboradores voluntarios dedicada a proteger al equipo Homecenter en sus centros de trabajo, mediante la prevención, mitigación y control de emergencias. A través de un programa de fortalecimiento continuo, garantizamos una atención oportuna y eficiente ante cualquier incidente. Gracias a este compromiso, durante 2025 consolidamos un equipo de 713 brigadistas activos que refuerzan la cultura de prevención y seguridad, y 5.589 voluntarios, un 62 % más que el año pasado, reflejando un alto compromiso en la cultura de prevención.

Colaboradores Voluntarios

Actividad / Formación

	2025
Primer respondiente – práctica	446
Contingencias ambientales materiales peligrosos	438
Primeros auxilios psicológicos	395
Primeros auxilios TAR (alturas / eléctrico)	450
Plan de emergencias	252
Recorrido áreas especiales	380
Comité de emergencias	446
DEA + RCP	200
Cierre de brigada	483
Preparación psicológica emergencias	391
Olimpiada	861
Primeros auxilios básicos	413
Control de incendios	434
Total colaboradores	5.589

Gestión de salud

Promovemos la salud de nuestros colaboradores mediante programas integrales de prevención de enfermedades laborales. Nuestra estrategia incluye sistemas de vigilancia osteomuscular, auditiva, psicosocial, gastrointestinal y respiratoria, además de pausas activas y campañas mensuales enfocadas en patologías gastrointestinales y respiratorias, entre otras.

Sistema de Vigilancia Epidemiológico Osteomuscular



Participaciones en pausas activas

Stop saludable 189.390

Durante 2025 se desarrolló el diagnóstico de carga física en los cargos definidos, que hizo evidentes 12 subprocesos con riesgo alto que equivalen al 3 % del total de subprocesos evaluados en tiendas y al 1 % en CEDIS.

Se realizó prueba piloto de uso de exoesqueletos en áreas críticas de manipulación de cargas, así como tutoriales de prevención de lesiones osteomusculares a cargos críticos, con un promedio de cobertura del 61 %. A lo anterior se sumaron estudios de puestos de trabajo e investigaciones de accidente de trabajo biomecánico.

Salud Mental

En Homecenter priorizamos la salud mental de nuestros colaboradores y sus familias a través del programa #JuntosCuidandoNuestraSaludMental, que busca generar herramientas de prevención y cuidado. Nuestra estrategia se centra en la formación en primeros auxilios psicológicos, autocuidado y hábitos de vida saludable. Para ello implementamos talleres, planes de comunicación y una plataforma digital con herramientas prácticas para la gestión del bienestar.

En 2025 realizamos 524 actividades de salud mental, que contaron con la participación de 19.594 colaboradores, lo que representa una disminución del 7,9 % en el número de actividades y del 27 % en la participación. Estos resultados responden a ajustes en la programación y el objetivo de las intervenciones, que se priorizan según la necesidad de nuestros colaboradores.

#LigadelCuidado

A través de la Liga del Cuidado fomentamos una cultura de prevención en la que cada colaborador identifica y gestiona proactivamente los riesgos en su centro de trabajo. Nuestro objetivo es mitigar la accidentalidad y garantizar espacios laborales seguros.

Semana del Cuidado

Esta iniciativa tiene como objetivo cuidar de nuestros colaboradores, sensibilizando acerca de los riesgos, peligros y emergencias que puedan presentarse en sus áreas de trabajo y vida cotidiana.

La versión 2025 se desarrolló en todos los centros de trabajo e incluyó actividades presenciales relacionadas con la salud oral, visual, bienestar psicológico, masajes corporales, tamizajes y seguridad vial, entre otros. Contó con la participación de 13.000 colaboradores; además, 4.959 empleados visualizaron al menos una publicación. Las publicaciones alcanzaron 138 comentarios de interacción activa y reflexiva, así como 382 reacciones únicas, muestra del interés y la conexión emocional con el contenido, lo mismo que 191 usos del *hashtag* #SemanaDelCuidado2025, reflejo del alcance y apropiación de la campaña.

Participaciones 2025



39 centros de trabajo

17.569



Transformación Digital en SST Sigover

Contamos con una plataforma especializada en sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo que permite realizar un diagnóstico del estado de implementación y cumplimiento de la normatividad colombiana, basado en el Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019, ISO 31000, ISO 9001, ISO 14001. Con ello hemos logrado seguimiento a los planes de trabajo e indicadores, optimización en los tiempos de registro de incidentes, accidentes, capacitación de contratistas, seguimiento de casos de salud y accesos personalizados por tipo de usuario.

Logros

- Implementamos siete módulos para la administración del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Sumamos 224 usuarios registrados mediante conexión con el directorio activo, entre los que se destacan gerentes de almacén, jefes y coordinadores de gestión humana, líderes de seguridad física y electrónica, y equipo de seguridad y salud en el trabajo a escala nacional.
- Registramos 14.407 accesos al sistema durante 2025.

¿Qué hacemos por nuestra *comunidad?*

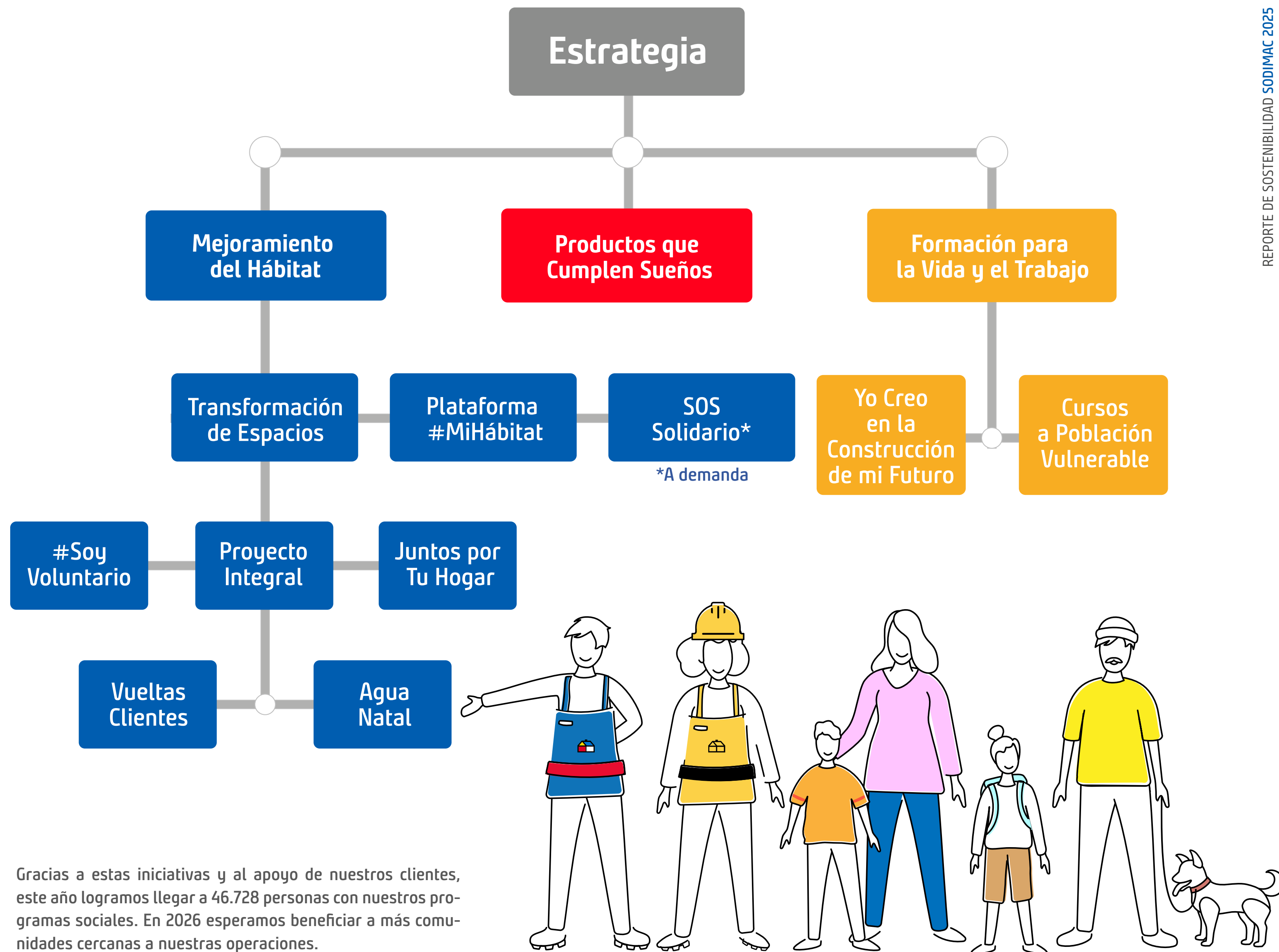
En Homecenter desarrollamos una estrategia de Responsabilidad Social orientada a generar beneficios tangibles para las comunidades. Trabajamos de la mano de poblaciones vulnerables y aliados estratégicos para promover el mejoramiento del hábitat comunitario, lo que implica intervenir espacios y entornos que contribuyan a una mejor calidad de vida.



Nuestras acciones incluyen la construcción de módulos habitacionales en concreto, la adecuación y mejora de viviendas, la pintura de parques y colegios, y la restauración de áreas verdes, complementadas con talleres y actividades de enfoque social. Con estas iniciativas buscamos reducir el déficit habitacional y generar oportunidades inclusivas que fortalezcan los proyectos de vida de los beneficiarios. Así reafirmamos nuestro compromiso con el bienestar de las familias y con el desarrollo social y económico sostenible en los territorios donde operamos.

Principios que nos guían

Orientamos nuestros esfuerzos al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los principios de ONU Hábitat, con iniciativas en tres áreas: Mejoramiento del Hábitat, Productos que Cumplen Sueños y Formación para la Vida y el Trabajo.



Gracias a estas iniciativas y al apoyo de nuestros clientes, este año logramos llegar a 46.728 personas con nuestros programas sociales. En 2026 esperamos beneficiar a más comunidades cercanas a nuestras operaciones.

Mejoramiento del Hábitat

Nuestro propósito es crear entornos seguros, saludables y con oportunidades, que transformen las comunidades en condición de vulnerabilidad en Colombia, a través de la construcción y mejora de viviendas, recuperación de espacios comunitarios, así como mediante la realización de talleres de convivencia y entorno saludable. Gracias al apoyo de la Fundación Catalina Muñoz adelantamos la intervención e implementación de estos programas.

Cada proyecto incluye un mapeo del territorio, lo que nos permite comprender su contexto, identificar las necesidades prioritarias y diseñar soluciones que renuevan espacios, fortalecen capacidades y promueven la autonomía de las familias.

Criterios para la selección de los territorios

-  **01** Índice de pobreza multidimensional
-  **02** Déficit habitacional cualitativo y cuantitativo
-  **03** Disposición del gobierno local
-  **04** Cercanía con nuestros centros de trabajo

Este proceso permite enfocar nuestros esfuerzos en los territorios más necesitados y así avanzar de manera coherente con nuestro propósito de construir, de la mano de las comunidades, sueños y proyectos de hogar que se transforman en nuevas oportunidades para sus familias.





Proyectos Integrales

En los últimos cinco años, más de 16.500 personas en condición de vulnerabilidad económica se han beneficiado de nuestros programas en distintas regiones de Colombia. Esta experiencia nos ha permitido conocer la realidad de las comunidades y sumar esfuerzos para que más familias continúen fortaleciendo sus proyectos de hogar.

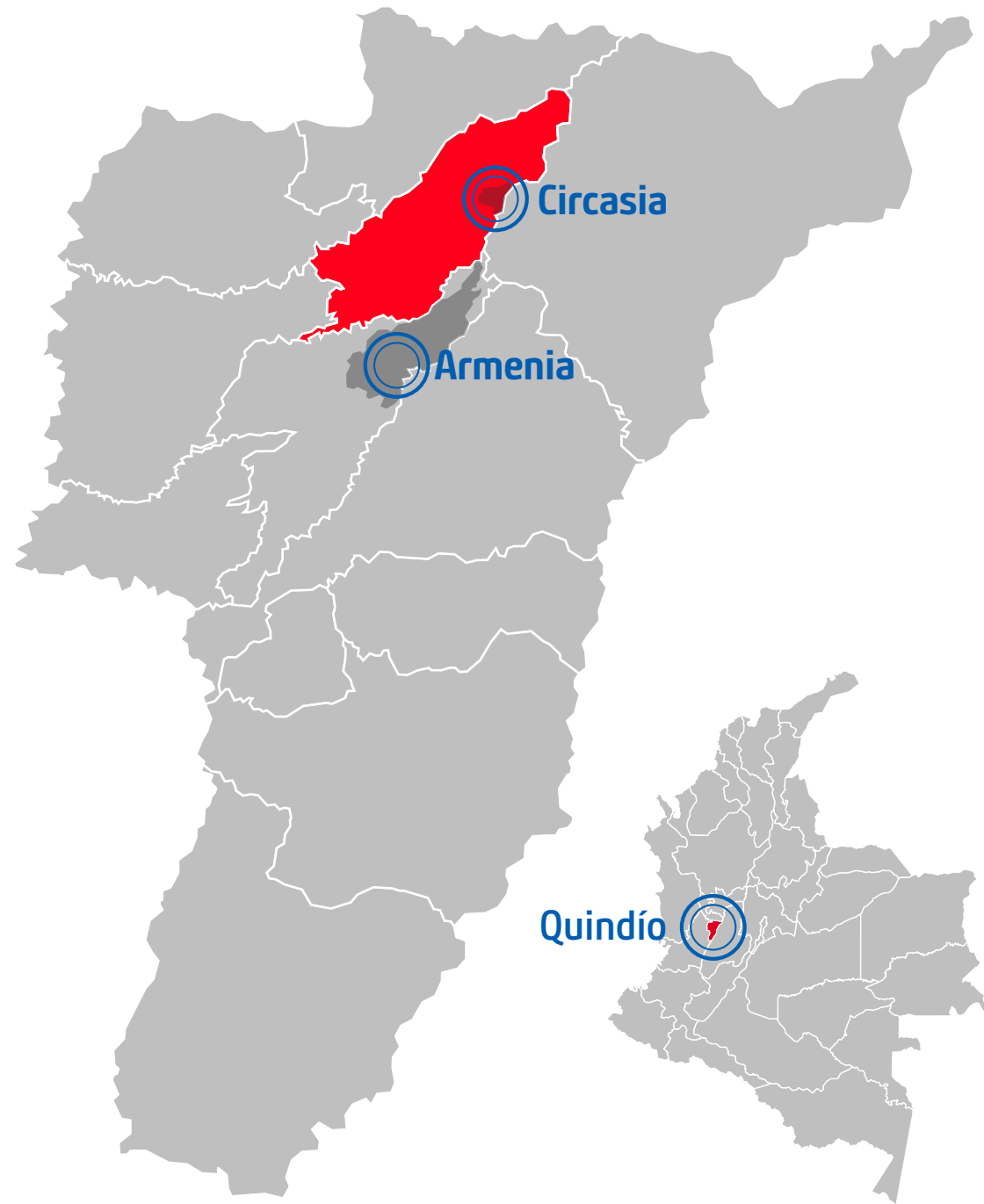


Proyectos integrales		2019-2020	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026
	Ubicación	Madrid (Cundinamarca)	Puerto Colombia (Atlántico)	Yumbo (Valle)	Carolina del Príncipe (Antioquia)	Pasacaballos (Bolívar)	Circasia (Quindío)
	Población beneficiada	12.000	187	1.465	1.089	1.220	1.252*
	Intervención realizada	<ul style="list-style-type: none"> Adecuamos la Institución Educativa Departamental 2 polideportivos 2 parques 1 gimnasio al aire libre 1 salón comunal Se realizaron 6 talleres 	<ul style="list-style-type: none"> Construimos 15 módulos habitacionales Un barrio completamente nuevo Se realizaron 10 talleres 	<ul style="list-style-type: none"> Construimos 22 módulos habitacionales Intervinimos 3 espacios comunitarios con mejoramiento y dotación de elementos Se realizaron 14 talleres 	<ul style="list-style-type: none"> Construimos 8 módulos habitacionales e hicimos mejoramientos en 10 viviendas Intervinimos 3 espacios comunitarios con mejoramiento y 5 con dotación de elementos Se realizaron 7 talleres 	<ul style="list-style-type: none"> Construimos 20 módulos habitacionales e hicimos mejoramientos en 10 viviendas Intervinimos 2 espacios comunitarios con mejoramientos y 1 con dotación Entregamos 30 kits familiares Se realizaron 8 talleres 	<ul style="list-style-type: none"> Construimos 20 módulos habitacionales e hicimos mejoramientos en 10 viviendas Intervinimos 2 espacios comunitarios con mejoramientos y 1 con dotación Entregamos kits familiares Se realizaron 7 talleres
	Aliados estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Catalina Muñoz 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Catalina Muñoz Alcaldía Municipal de Puerto Colombia. Organización Corona y Schneider Electric Colegio Parrish Colegio Altamira Donantes particulares 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Catalina Muñoz Organización Corona Pinturas Kolor, Topex, Schneider Electric Instituto Municipal de Reforma Urbana y de Vivienda de Interés Social Secretaría de Bienestar Social y Participación Oficina de la gestora social de Yumbo 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Catalina Muñoz Fundación Imusa Samurai Empresa de Vivienda de Antioquia (VIVA) Alcaldía de Carolina del Príncipe 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Catalina Muñoz Fundación Imusa Samurai Grupo Argos El Gigante del Hogar Olimpica COORVIVIENDA Alcaldía de Cartagena 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Catalina Muñoz Fundación Imusa Samurai Grupo Argos: Odinsa y Autopistas del Café DaviBank Botellas de Amor Efigas Alcaldía de Circasia
	Voluntarios Homecenter	125	70	88	50	62	62
	Horas donadas	1.178	575	620	410	502	525

* Beneficiarios a la fecha.



Proyecto 2025 – 2026: Circasia (Quindío)



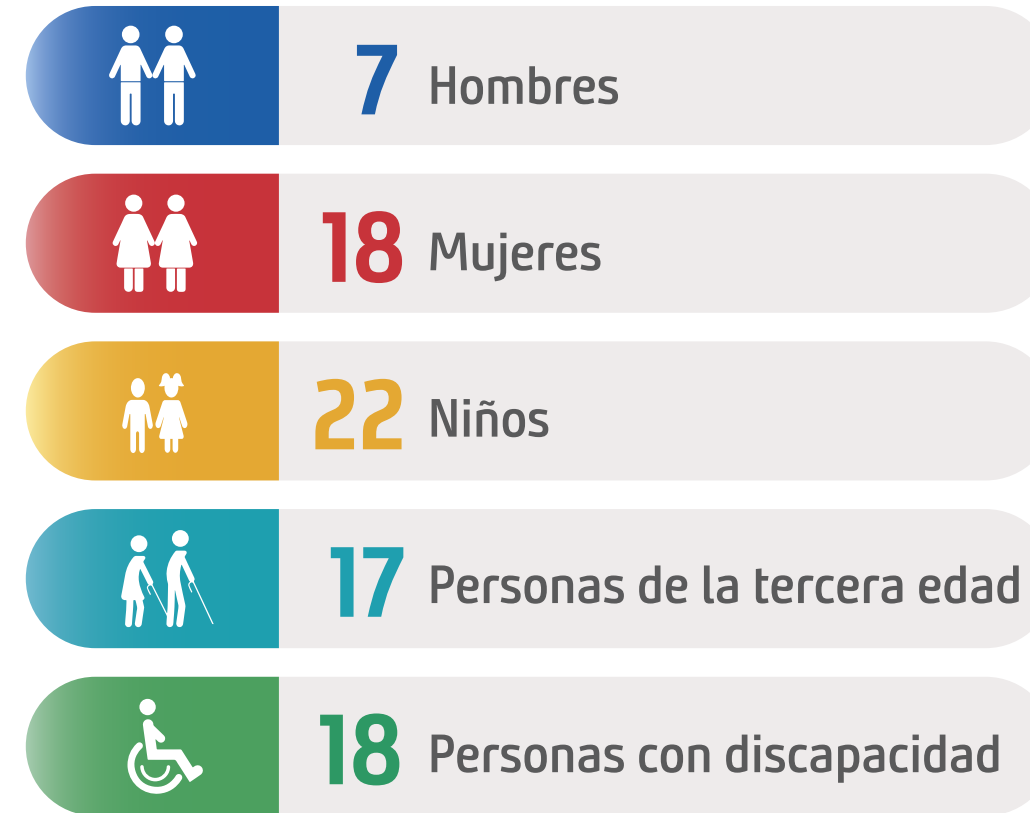
Municipio de Circasia

- Población total: 28.414 habitantes
- Hombres: 13.943
- Mujeres: 14.471
- Déficit habitacional cualitativo del 28,88 %
- Déficit habitacional cuantitativo del 5,44 %

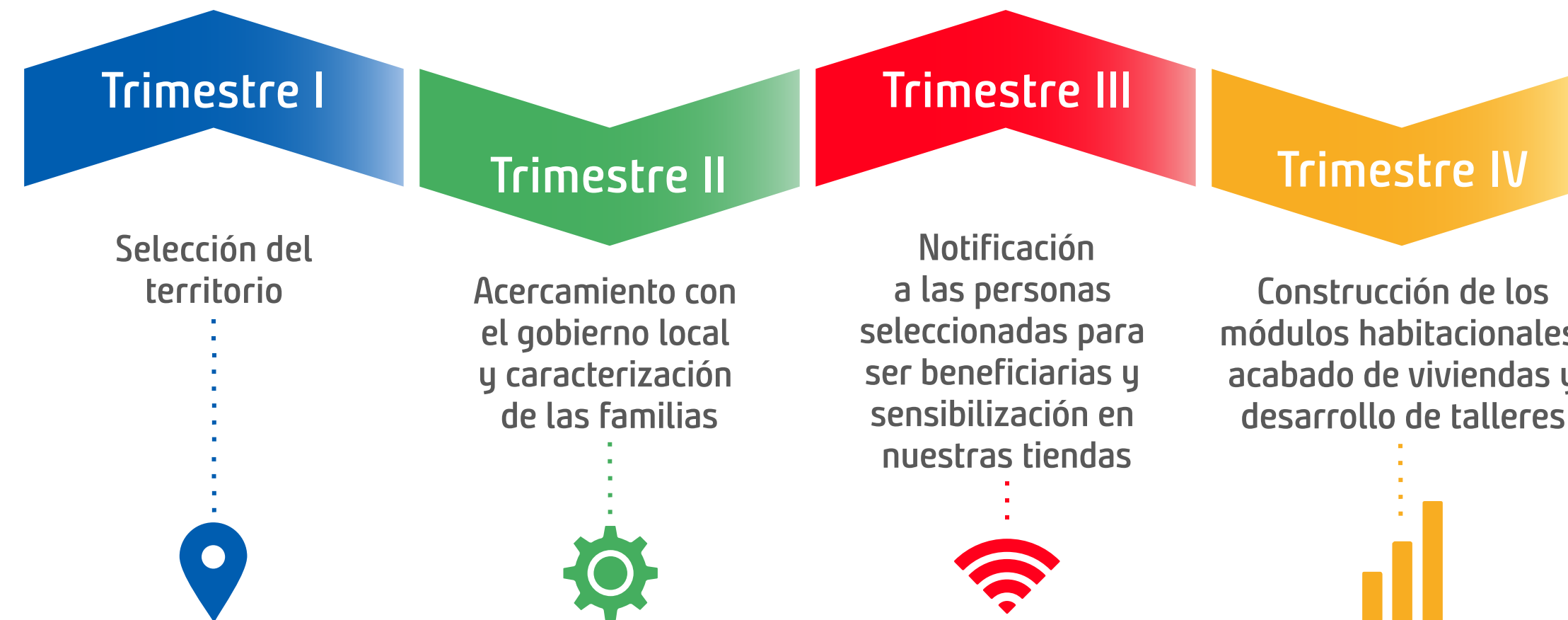
En 2025 iniciamos un programa con los habitantes del municipio de Circasia, en el departamento del Quindío, con el objetivo de acompañar a la comunidad en la construcción de soluciones que abran nuevas posibilidades para su desarrollo en materia de vivienda, acceso a la titulación de predios y mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas.

El programa beneficia de manera directa a 30 familias; de ellas, 20 reciben módulos habitacionales y 10 acceden a mejoramientos de vivienda. A través del diagnóstico y caracterización fue posible identificar y comprender la composición y necesidades de estas familias.

Beneficiarios módulos y mejoramientos de vivienda



Fases de ejecución del proyecto



Además del trabajo con estas familias, mejoramos espacios comunitarios y llevamos a cabo talleres participativos que fortalecen el tejido social y promueven el desarrollo local. Gracias a estas actividades, el programa ha beneficiado a 1.252 personas, ampliando el impacto más allá de las intervenciones habitacionales.

Sumado al trabajo desarrollado con la comunidad, en Circasia contamos con la participación de mujeres clientas de Homecenter que aportaron su tiempo y energía para mejorar las condiciones de vida de las familias beneficiarias del programa, marcando un nuevo paso que fortalece la corresponsabilidad, genera experiencias de valor e impulsa el impacto social para nuestras comunidades.

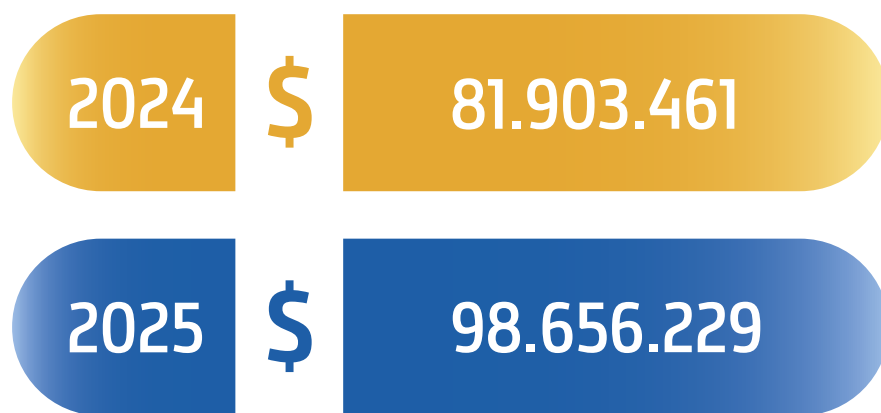


Programa de Recaudo

Donaciones de clientes

La solidaridad de nuestros clientes es una fuerza que impulsa nuestro programa de recaudo. Para apoyar las iniciativas de Mejoramiento del Hábitat, invitamos a quienes nos visitan en Homecenter a que realicen una donación al finalizar sus compras, ayuda que tiene como destino la transformación de las comunidades vulnerables.

En 2025 logramos un crecimiento del 20,5 % frente a 2024, gracias al fortalecimiento de los procesos de sensibilización de nuestros cajeros y equipos de tienda, que son quienes de manera más directa pueden invitar a nuestros clientes a que sumen a su compra una donación. Como reconocimiento a esta labor, los invitamos al concierto solidario Todos Juntos, organizado por el Banco de Alimentos y al que se unieron más de 20 artistas colombianos para celebrar la fuerza de la solidaridad.



Para que donar sea más fácil y no se limite a las vueltas en efectivo, en 2025 creamos un código especial que permite incluir la donación directamente en la compra, usando cualquier medio de pago. Esta opción está disponible en cajas asistidas y puntos de autopago, lo que hace que participar en nuestras iniciativas sociales sea sencillo y accesible. Gracias a esta innovación, logramos incrementar el recaudo y ampliar el impacto en las comunidades que más lo necesitan.



Agua Natal

Agua Natal es el único producto consumible en nuestras tiendas, y el 100 % de sus utilidades se destina a financiar nuestros proyectos de Mejoramiento del Hábitat. Cada compra aporta directamente a la construcción y mejora de viviendas y espacios comunitarios, convirtiéndose en un apoyo real para fortalecer la calidad de vida de las familias que acompañamos.

En 2025 renovamos su imagen e iniciamos la transición hacia botellas fabricadas con plástico reciclado, un paso que nos impulsa a seguir avanzando en el cumplimiento de la normativa nacional sobre plásticos de un solo uso.

Para 2026 diseñaremos una campaña dedicada a presentar la nueva imagen de Agua Natal, con el fin de que más clientes conozcan su propósito y se sumen a esta iniciativa.



Juntos Por Tu Hogar

El programa Juntos por Tu Hogar nace con el propósito de mejorar las condiciones de vivienda de nuestros colaboradores y sus familias, especialmente de quienes aún habitan espacios en obra negra o gris. Gracias al trabajo conjunto con proveedores, aliados y el fondo de empleados, hemos logrado que 509 personas transformen su hogar y alcancen una mejor calidad de vida. Estas mejoras las hacemos a través de dos tipos de intervenciones.

Intervención integral

Donación de productos, préstamo para instalación, acompañamiento en diseño arquitectónico, apoyo económico y participación de voluntarios.



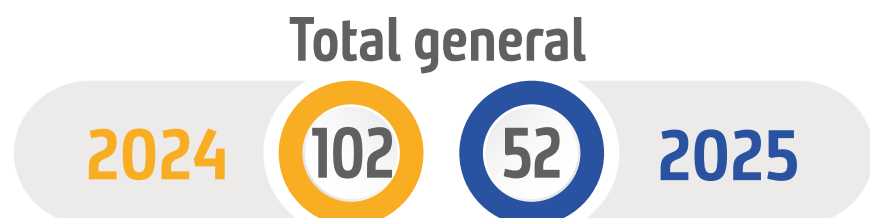
Intervención parcial

Entrega de piso laminado para renovar las zonas sociales y habitaciones del hogar.

Fase III - 2025

En 2025 implementamos el ciclo III del programa, llegando a 57 colaboradores y sus familias en nuestras tiendas de Bogotá, Sincelejo y Santa Marta. De este total, 52 recibieron intervención integral y 5 intervención parcial. Con lo alcanzado en este ciclo, cumplimos la meta de cubrir el 100 % de los centros de trabajo de Homecenter, reafirmando nuestro compromiso de acompañar a quienes hacen parte de nuestra casa en la construcción de hogares más seguros y dignos.

Beneficiarios intervención integral 2025



Evolución

	2023	2024	2025	TOTAL
Beneficiarios integrales	100	102	52	254
Beneficiarios parciales	241	9	5	255
Préstamos	62	52	18	132

Las cifras de los últimos tres años reflejan la evolución y el alcance de Juntos por Tu Hogar. Entre intervenciones integrales, apoyos parciales y préstamos otorgados, hemos acompañado a cientos de colaboradores en el mejoramiento de sus viviendas, acercándolos a espacios más seguros y dignos para ellos y sus familias.

En 2025 fortalecimos la comunicación del programa, compartiendo avances, aprendizajes y oportunidades a través de canales internos y externos. Destacamos espacios como el pódcast liderado por nuestro Gerente General, que promueve la cercanía y el diálogo sobre los objetivos del programa, junto con publicaciones en plataformas corporativas y redes sociales de Homecenter y aliados.

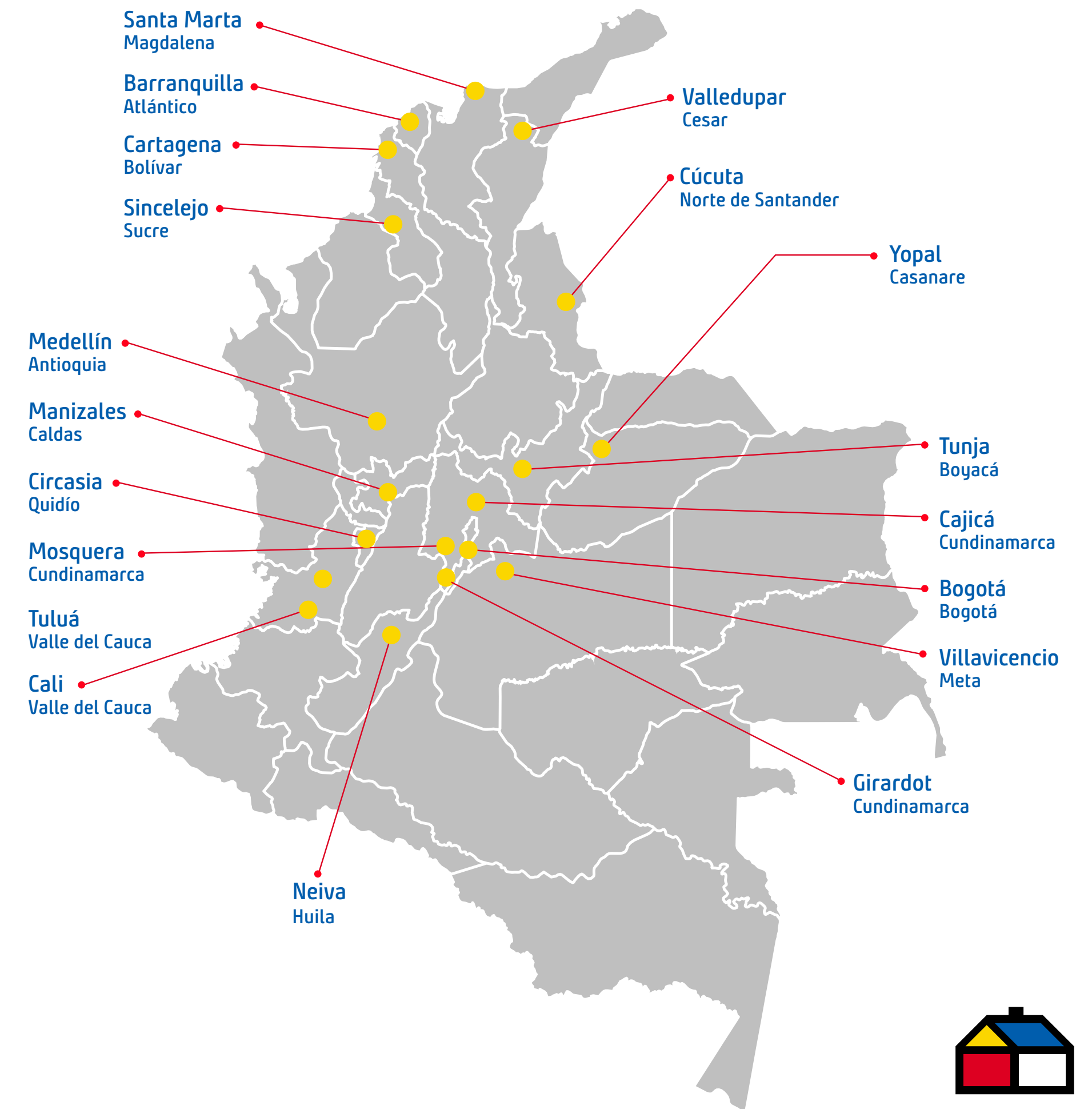


Escriba un comentario...

Soy Voluntario

Voluntariado de intervención y mejoramiento de espacios

A través del programa Soy Voluntario transformamos parques, colegios, fundaciones y otros espacios comunitarios. En cada jornada, nuestros colaboradores viven la experiencia de aportar con sus propias manos, dejando una huella positiva en el entorno y en quienes lo habitan. En 2025 realizamos 30 jornadas de embellecimiento en 19 territorios del país, con el apoyo de nuestros 41 centros de trabajo.





Voluntariado de transferencia de conocimiento

Buscamos que el conocimiento se convierta en una herramienta de transformación. Por eso promovemos que nuestros colaboradores compartan su experiencia y habilidades para aportar al desarrollo de personas y comunidades. A través de jornadas de voluntariado presenciales y virtuales, fortalecemos espacios de aprendizaje que impulsan tanto el crecimiento personal como el profesional.

En 2025, junto a la ANDI, realizamos actividades centradas en el desarrollo de habilidades blandas, comunicación asertiva, modelos de negocio (canvas y pitch), planificación estratégica y acompañamiento a emprendimientos en su proceso de formalización. Cada sesión abrió nuevas posibilidades para quienes participaron y reafirmó el valor de aprender y avanzar juntos.

Las cifras que presentamos a continuación reflejan el alcance de este trabajo y el compromiso que impulsa cada jornada de aprendizaje.

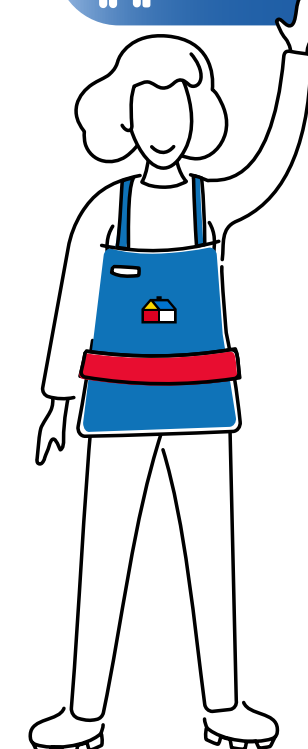
Jornadas de transferencia de conocimiento

	2024	2025
Horas donadas	108	103
Beneficiarios	282	224
Voluntarios	30	20

Este año logramos beneficiar a un 24 % más de personas que en 2024, avance posible gracias a nuestros voluntarios y aliados Fundación Catalina Muñoz, Organización Corona y Fundación ANDI.

Jornadas de intervención y mejoramiento de espacios

	2024	2025
Horas donadas	2.318	3.304
Beneficiarios	18.432	22.837
Voluntarios	440	461



- Instituciones educativas 11
- Parques 4
- Fundaciones y espacios sociales 5
- Mejoramiento del Hábitat* 6
- Corte de yumbolon 1
- Navideños 3

*Proyecto Mi Hábitat y Juntos por tu Hogar



Soy Voluntario: mejoramiento de espacios y transferencia de conocimientos

	2024	2025
Horas donadas	2.426	3.407
Beneficiarios	18.714	23.061
Voluntarios	470	481



Laura Catalina Romero Rodríguez

“Esta fue una experiencia enriquecedora. Además de sembrar y conocer de diferentes especies de plantas, aprendimos de alimentación orgánica con proyectos de Huertas Urbanas del Jardín Botánico”.



Plataforma #MiHábitat

#MiHábitat es una plataforma diseñada para impulsar la creación conjunta de proyectos orientados al mejoramiento del hábitat. Desde esta iniciativa promovemos la innovación digital y abrimos espacios para que nuestros grupos de interés propongan ideas y participen de manera activa en acciones que generan un impacto real en las comunidades.

En 2025 también avanzamos en nuestro compromiso con la transparencia al incorporar nuevas medidas de seguridad, validaciones de riesgo y lineamientos de protección de datos personales, con el fin de garantizar una implementación segura para clientes y aliados.

¡Te invitamos a ingresar! <https://mihabitat.homecenter.co>

Mejoras 2025

- Realizamos un mapeo de posibles crisis, junto con un protocolo de actuación para garantizar una gestión responsable y transparente.
- Incorporamos sellos de confianza que garantizan a los usuarios una experiencia segura al hacer sus aportes, reforzando la solidez y transparencia de la plataforma.



Productos que Cumplen Sueños

Productos que Cumplen Sueños es una iniciativa que da una segunda vida útil a los artículos con leves imperfecciones que impiden su venta, pero que siguen siendo completamente funcionales. Al entregarlos a organizaciones sin ánimo de lucro, impulsamos un modelo de economía circular que reduce el desperdicio, disminuye nuestro impacto ambiental y fortalece las alianzas con comunidades y entidades sociales.

Este programa parte de la idea de que cada producto puede seguir cumpliendo un propósito y transformarse en una oportunidad para quienes más lo necesitan, en lugar de convertirse en residuos. Por eso, durante 2025 fortalecimos la capacitación de nuestros equipos, asegurando procesos más eficientes, ampliando el alcance y los beneficios de esta iniciativa.

Este año registramos un crecimiento del 37,6 % en el valor de la donación en especie frente a 2024, lo que refleja un mejor aprovechamiento de los productos y un aporte más significativo para las organizaciones aliadas. Aunque el número de beneficiarios disminuyó, cada entrega representó un mayor valor, manteniendo nuestro compromiso con las 91 fundaciones que acompañamos.



	2024	2025
Donación en especie	\$734.360.833	\$1.010.685.612
Fundaciones	83	91
Beneficiarios	25.794	21.059





Fortalecimiento de capacidades

Yo Creo en la Construcción de mi Futuro

En alianza con la Universidad Piloto de Colombia y la Fundación Texmodas, continuamos impulsando la formación de jóvenes a través de una iniciativa que acompaña a personas entre los 18 y 28 años en el desarrollo de habilidades técnicas y blandas para desempeñarse en el sector de la construcción, fortaleciendo sus oportunidades laborales en siete ciudades claves del país.

Objetivos principales

- Asegurar la renovación del talento en la construcción, brindando a jóvenes la posibilidad de capacitarse e ingresar al mercado laboral.
- Cerrar brechas de género en un sector en el que más del 90 % de su población es masculina.
https://observatoriohabitat.org/wp-content/uploads/2025/08/ML_Junio_2025.pdf
- Profesionalizar un sector en el que los conocimientos se han transmitido de manera tradicional y generacional, incorporando metodologías formales de enseñanza y aprendizaje.



En 2025 desarrollamos el quinto ciclo del programa, con presencia por primera vez en Montería y Valledupar. Durante este año también actualizamos el pénsun para responder de manera más efectiva a las necesidades del sector y de los jóvenes participantes.

Como parte de esta renovación incorporamos un nuevo énfasis: ejero (oficial de construcción), que incluye formación en cimentación, obra gris, acabados, manejo de materiales, seguridad y uso adecuado de herramientas.

Esta ampliación fortaleció las oportunidades de aprendizaje y potenció las posibilidades de vinculación laboral de los jóvenes en roles técnicos, impulsando su desarrollo profesional y su aporte a sus comunidades.

Presencia 2025

Bogotá

Medellín

Cali

Barranquilla

Montería

Valledupar



Resultados ciclos IV y V

	2024	2025
Formados	800	800
Mujeres formadas	63 %	51 %
Empleados	156	176

El programa se consolidó como un referente nacional en formación, reconocimiento que se materializó con el premio Construimos a la Par, otorgado por Camacol, en la subcategoría Oportunidades para Nuevos Talentos, que tiene como objetivo reconocer y promover la inclusión de nuevos profesionales en el sector de la construcción, con un enfoque específico en asegurar oportunidades equitativas y diversas para mujeres y otras poblaciones subrepresentadas. También fuimos finalistas en la categoría de Responsabilidad Social, de los Premios Portafolio, que destacó el impacto del programa en materia de formación y empleabilidad.

En 2025 enfrentamos nuevos desafíos, cada grupo formado dejó aprendizajes clave y jóvenes que hoy avanzan con mayores herramientas y planes hacia sus metas. Sus historias reafirman nuestro propósito: generar oportunidades reales que impulsen el futuro de la juventud.

Uno de los aprendizajes más relevantes fue el poder de las alianzas, que permitió una convocatoria más amplia y facilitó la empleabilidad de los jóvenes beneficiarios al conectarlos con empresas del sector y con oportunidades laborales reales.

Resultados formación 2025

Ciclo	Ciudad	Formados	Hombres	Mujeres	Trans	No binario	Empleado
V	Barranquilla	188	86	102	1	1	40
	Bogotá	188	101	87	2		57
	Cali	163	65	98		1	35
	Medellín	87	43	44	1	1	18
	Montería	93	54	39			9
	Valledupar	81	45	36			9
	Cartagena*						
Total		800	394	406	4	3	176

*Las personas empleadas de Cartagena fueron formadas en 2024.



Talento que Construye

Cursos a población vulnerable

A través de la Academia Constructor abrimos caminos de aprendizaje para personas en situación de vulnerabilidad, con cursos virtuales y gratuitos que les permiten descubrir nuevas habilidades y fortalecer su proyecto de vida. Cada trimestre renovamos nuestro catálogo con temas como pintura, enchape, anclaje, ferretería, plomería y otras áreas de la construcción, con la convicción de que cada conocimiento adquirido puede convertirse en una oportunidad.

El programa se activa según las necesidades de las comunidades, permitiendo que la formación llegue justo cuando más se requiere. Al finalizar cada curso, los participantes reciben un certificado que no solo les reconoce su esfuerzo, sino que también les abre puertas hacia empleos formales y nuevas posibilidades de crecimiento.

En 2025 sumamos nuevas rutas de aprendizaje junto a aliados como la Alcaldía Local de Engativá y la Casa de Boyacá. También fortalecimos las capacidades del equipo de la Fundación Catalina Muñoz con cursos de alturas certificados. Así, contamos con un talento mejor preparado para llevar soluciones de habitabilidad a las comunidades que más lo necesitan.



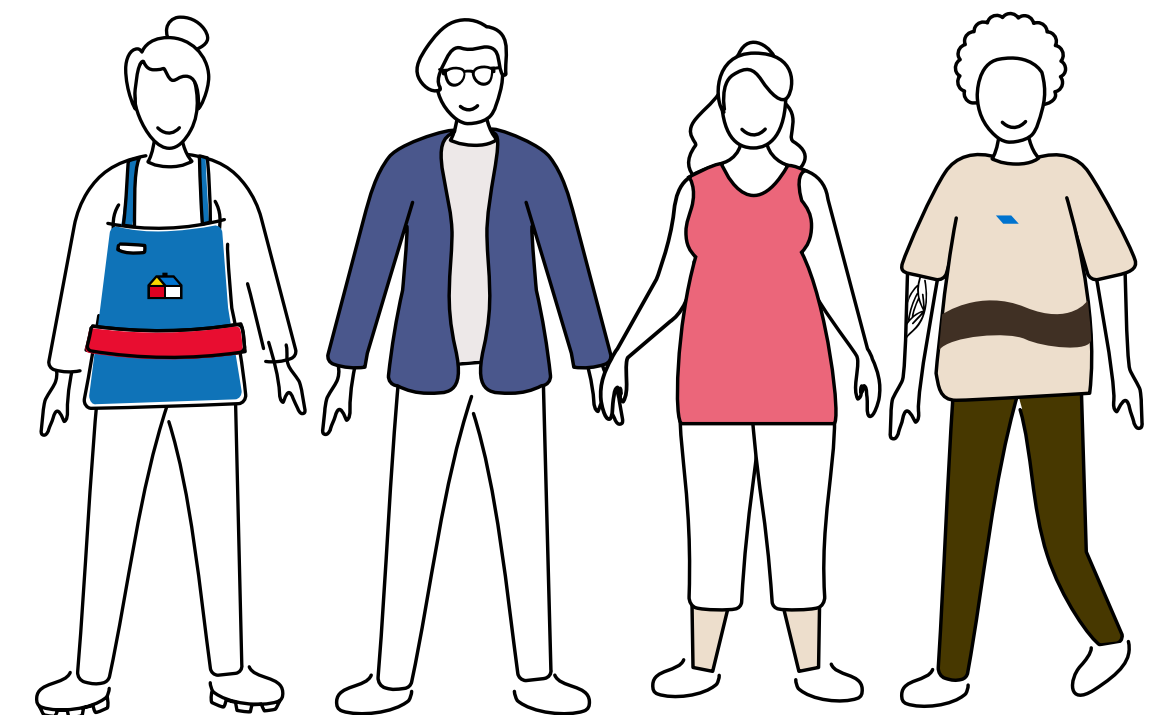
Relacionamiento con comunidades en aperturas

En Homecenter trabajamos para construir relaciones de confianza y colaboración con las comunidades donde operamos. Por eso, en cada apertura aplicamos protocolos de intervención en las fases de preconstrucción, construcción y posconstrucción, asegurando que nuestras acciones respeten el entorno y generen beneficios reales para quienes nos rodean. Este compromiso se traduce en acciones concretas que fortalecen el vínculo con la comunidad:

- Escuchamos para comprender: realizamos diagnósticos sociales participativos mediante encuestas a vecinos, comerciantes y visitantes, para conocer sus expectativas y necesidades.
- Dialogamos con transparencia: visitamos las comunidades y las instituciones locales para socializar cada intervención, anticipar impactos y acordar medidas preventivas.

- Respondemos con compromiso: gestionamos peticiones, quejas y sugerencias con atención inmediata, implementando soluciones que reducen molestias y fortalecen la confianza.
- Construimos oportunidades: sostenemos reuniones de seguimiento con el equipo de obra para canalizar inquietudes y facilitar procesos como la recepción de hojas de vida.
- Cuidamos el entorno: realizamos recorridos externos para identificar riesgos, mejorar la señalización y garantizar la seguridad de quienes transitan cerca del proyecto.
- Mantenemos el vínculo: promovemos comunicación permanente para que la comunidad esté informada y participe activamente en la evolución del proyecto.

En 2025 continuamos con el fortalecimiento de nuestros procesos y la preparación para llegar a nuevos territorios de manera responsable y consciente.



Nuestros clientes, motor de servicio, *calidad e innovación*

En Homecenter el cliente es aliado estratégico y motor de la compañía. Al centrarse en satisfacer necesidades específicas y superar expectativas, la empresa logra una diferenciación clave en el mercado del hogar y la construcción, fomentando una fidelidad que trasciende la transacción. Esta visión se materializa en una experiencia omnicanal fluida que en 2025 alcanzó a más de 637.000 personas, integrando el mundo físico y digital en un solo viaje. Además, el compromiso se extiende a la creación de valor social y la sostenibilidad, respondiendo a un consumidor más consciente e informado, con soluciones y productos confiables que mejoran su calidad de vida.



Con el fundamento de la tecnología, en 2025 fortalecimos la experiencia de nuestros clientes en tiendas físicas y en canales digitales, avanzando hacia la omnicanalidad como el siguiente nivel de integración, lo que nos permitió llegar a 7,2 millones de clientes, cifra que representó un crecimiento del 4,7 % frente a 2024.

El uso de la experiencia omnicanal permitió que 637.468 clientes interactuaran a través de múltiples canales, con un incremento del 17,1 % con respecto de 2024. Son resultados que confirman que la omnicanalidad optimiza el recorrido del cliente, incrementa la frecuencia de interacción y consolida la preferencia por Homecenter.



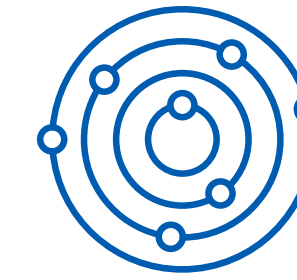
Cientes	2024	2025
Total compradores	6.929.971	7.252.333
Compradores omnicanal	544.568	637.468

Este enfoque centrado en el cliente, junto con el fortalecimiento del gobierno corporativo, la gestión del talento, la sostenibilidad, la solidez financiera, la innovación y la consistencia de la comunicación corporativa, se vio reflejado en nuestra reputación. En el periodo mejoramos nuestra posición en Merco (Monitor de Reputación Corporativa), avanzando dos posiciones frente a 2024, como resultado de una gestión entre estrategia, experiencia de compra y generación de valor para nuestros grupos de interés.

Evolución de la experiencia: transformación y automatización

En 2025 fortalecimos nuestra estrategia de transformación operacional con un enfoque centrado en el cliente, integrando automatización, robótica e inteligencia artificial (IA) como habilitadores clave. Estas herramientas nos permitieron avanzar hacia una operación más eficiente y productiva, con mayor agilidad y adaptabilidad frente al volumen de actividades. Asimismo, consolidaron una cadena de suministro más precisa, segura y escalable, con un propósito transversal: optimizar la sostenibilidad de los procesos y elevar la experiencia de compra.

En este camino, impulsamos innovaciones en distintos puntos de la operación: en tiendas, implementamos un robot guiado por IA que mejora la disponibilidad de productos y hace más ágil la reposición; en los centros de distribución, incorporamos soluciones robóticas que facilitan el movimiento de cargas de manera más segura y eficiente, fortaleciendo nuestra capacidad logística; en los canales digitales, lanzamos una nueva aplicación móvil que ofrece una navegación más rápida, estable y personalizada. Estos avances aumentan la eficiencia, elevan la confiabilidad de los procesos y consolidan una experiencia más fluida y consistente para nuestros clientes.



01 Nueva app

La nueva *app* se consolidó como canal de crecimiento que permite una experiencia personalizada basada en el análisis de los intereses y comportamientos de nuestros clientes.

Gracias a esta aplicación móvil logramos ventas por \$135.987 millones, lo que representó un crecimiento del 40 %. Alcanzamos 44 millones de visitas y una tasa de conversión del 1,52 % (frente a 1,21 % en 2024). Esto se traduce en un mayor porcentaje de usuarios que ingresaron a la aplicación y concretaron su compra.

La nueva *app* permite una navegación ágil, respuesta al instante, pedidos en segundos, ahorro de tiempo y mejor experiencia de compra.



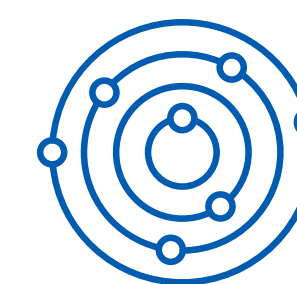
02 Robot Tevo

Este robot apoya al equipo de tienda con la revisión de inventarios y precios. La venta incremental alcanzó en 2025 un promedio de 0,44 %, superando en 144 % la meta establecida (0,31 %), lo que muestra su contribución al crecimiento de ingresos. Asimismo, la precisión en los procesos de verificación automatizada de precios y productos pasó del 69,0 % en 2024 al 73,9 % en 2025, lo que contribuye a una mayor confiabilidad de la información en tienda y a una reducción de inconsistencias en el punto de venta.

La optimización de estos procesos permitió reinvertir 112 horas mensuales en actividades de mayor valor, como la venta de proyectos, potenciando el rol consultivo de nuestros equipos.

Robot Arthur 03

La incorporación de Arthur impulsó mejoras relevantes en eficiencia y continuidad operativa, optimizando los flujos internos y la preparación de pedidos. En 2025, el sistema alcanzó un promedio de 4,3 *pallets* por hora por robot, movilizó cerca de 12.800 *pallets* por semana y redujo los tiempos de ciclo de 12 a 7 minutos, lo que permitió liberar capacidad operativa para enfocarla en actividades de mayor valor agregado. Además, aseguró operación continua durante los tres turnos todos los días de la semana, fortaleciendo la productividad y la disponibilidad del servicio.



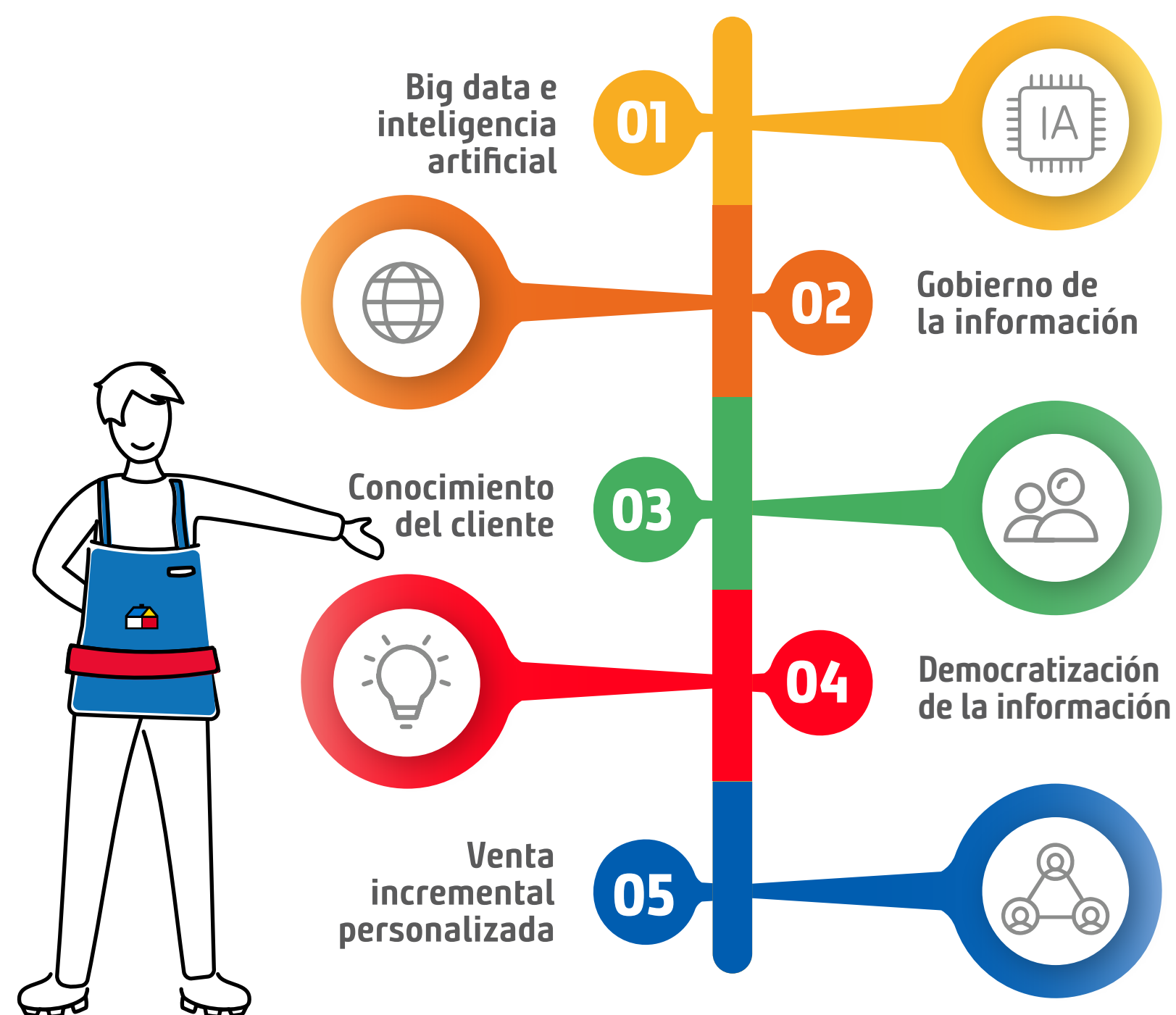


Big Data e inteligencia artificial

Durante 2025, fortalecimos nuestras capacidades en *big data* e IA para profundizar en el conocimiento del cliente y anticiparnos a sus necesidades. Implementamos modelos analíticos que identifican y segmentan nuevos perfiles profesionales, permitiéndonos desarrollar propuestas personalizadas. Asimismo, optimizamos la medición del *customer lifetime value (CLV)* y extendimos su aplicación al segmento Empresas, lo que facilita el diseño de estrategias de fidelización y crecimiento basadas en datos.

Por otro lado, implementamos modelos predictivos de venta con un margen de error menor al 7 %, fortaleciendo la confianza en la planeación comercial. A la par, el uso de *machine learning* nos permitió enriquecer el 80 % de la data sociodemográfica. Gracias a esto, hoy diseñamos estrategias basadas en momentos clave del cliente (primera vivienda o crecimiento del hogar), logrando una mayor anticipación en nuestra oferta.

Fuentes de trabajo BI



Gestión de información de productos

En 2025 fortalecimos la gestión integral de la información de productos para asegurar catálogos confiables, consistentes y ajustados a las necesidades de clientes y proveedores. Consolidamos un modelo que acelera la disponibilidad de contenidos en los canales digitales, garantiza el cumplimiento de requisitos regulatorios y mejora la calidad de los atributos, haciendo más clara la comparación, búsqueda y decisión de compra. Con ello, incrementamos la eficiencia interna, reducimos reprocesos y habilitamos una experiencia omnicanal más simple, precisa y oportuna.



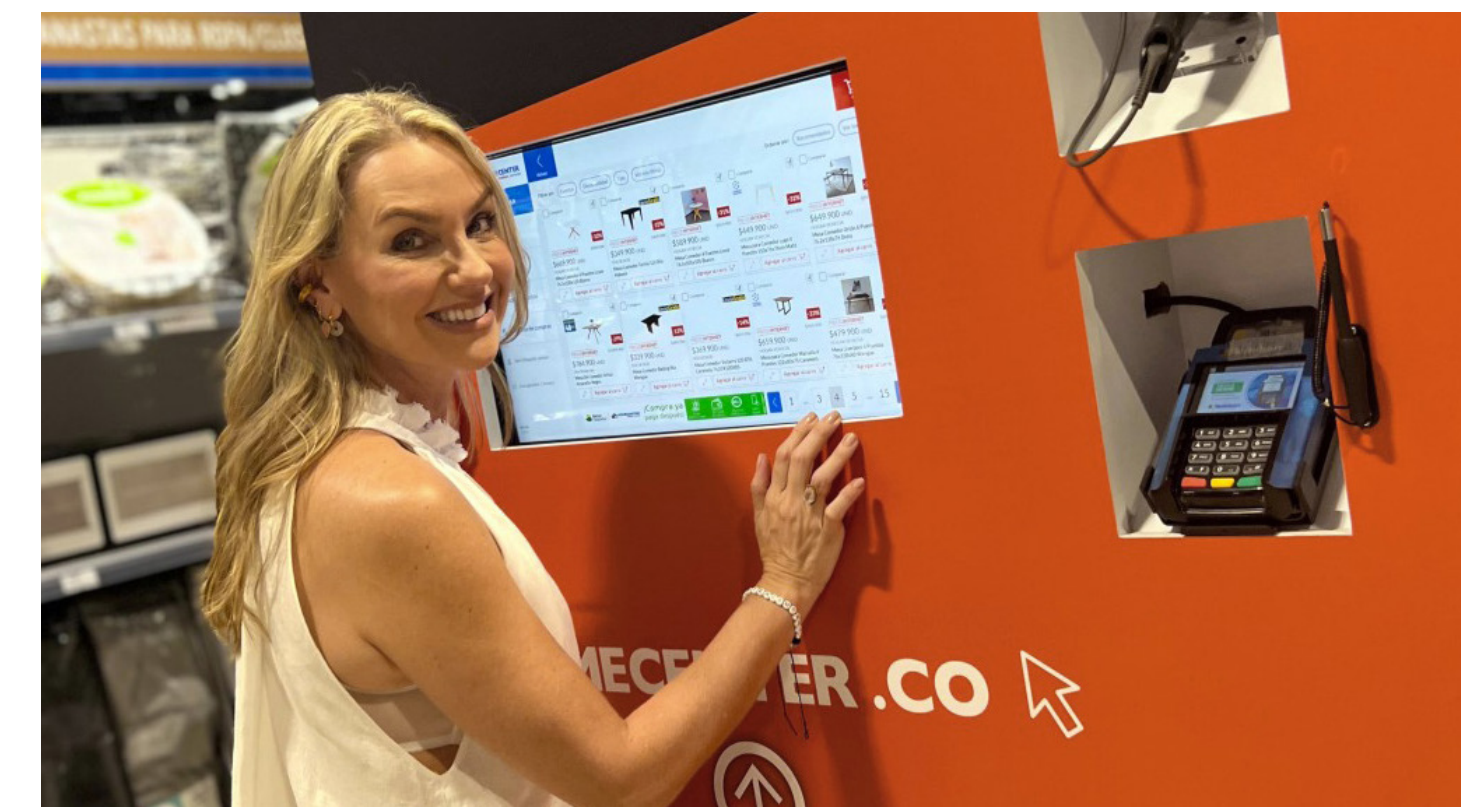
Cajas de autopago

El sistema de autopago se consolidó como la opción preferida de nuestros clientes gracias a su agilidad. Con una capacidad operativa de 253 terminales distribuidas en 41 tiendas, durante 2025 optimizamos los flujos de pago para ofrecer una experiencia de compra más rápida, autónoma y eficiente. Este esfuerzo se reflejó en los 13.633.029 transacciones procesadas, un incremento del 10 % respecto de los 12.388.053 del año anterior.



Pantallas digitales en tienda

El canal pantallas se consolidó en 2025 como un apoyo relevante dentro de la venta digital, alcanzando ventas por \$388.030 millones, equivalentes al 32 % del total del *retail digital*. Este avance también ha fortalecido el rol de nuestros asesores en el punto de venta, integrándolos activamente a la transformación tecnológica de la compañía y a una experiencia de atención cada vez más conectada con las nuevas formas de compra.



Fortalecemos las capacidades de nuestros colaboradores

Fieles a nuestro compromiso con el aprendizaje, durante 2025 fortalecimos la Escuela Pasión por el Cliente, logrando que un 9,6 % más de colaboradores se formaran bajo nuestra metodología. Al renovar nuestros contenidos, reforzamos una cultura de servicio centrada en el cliente, asegurando que cada interacción refleje fielmente nuestro propósito corporativo.

Colaboradores	2024	2025
Participación	6.411	7.030
Horas	26.065	34.065



Además, dimos un paso clave al transformar la Guía de la Experiencia en un formato digital diseñado para el día a día en tiendas. Esta herramienta se consolidó como un recurso práctico que simplifica el fortalecimiento de los estándares de servicio entre los equipos. Como resultado, se capacitaron 5.681 colaboradores, alcanzando un 81 % de ejecución del plan previsto.

En el transcurso de 2025 el foco estuvo en comprender las necesidades y preferencias de nuestros clientes en su proceso de compra. Para ello diseñamos 46 viajes del cliente orientados a anticipar posibles fricciones y a introducir mejoras de forma proactiva. Este trabajo se tradujo en un 86 % de ejecución en todas las tiendas, reforzando una experiencia más consistente y fluida con quienes nos eligen.

Por otra parte, el programa Tu Pasión Cuenta materializó este compromiso al reconocer y celebrar a los colaboradores que hicieron la diferencia en cada interacción. Gracias a la voz de nuestros clientes, se registraron 6.516 reconocimientos positivos directos, destacando la dedicación de los equipos. Esto permitió distinguir a 396 líderes de servicio en tiendas y *contact center*, visibilizando el impacto humano detrás de cada experiencia.

Ética publicitaria

Promovemos una ética publicitaria transparente y honesta, convencidos de que la confianza se construye con información clara, responsable y alineada con los más altos estándares del mercado. Durante 2025 fortalecimos nuestras capacidades internas para asegurar comunicaciones rigurosas y coherentes, profundizando en los principios de publicidad responsable, el cumplimiento del marco regulatorio de la SIC y el uso responsable de la inteligencia artificial en nuestros procesos de comunicación.

Para ello, desarrollamos espacios formativos con expertos y la participación de equipos de mercadeo, ventas a distancia y agencias aliadas, orientados a sensibilizar sobre los beneficios e impactos del *marketing* en la toma de decisiones de los consumidores. En total, 85 personas participaron en estas charlas, lo que permitió reforzar criterios comunes, prevenir prácticas potencialmente engañosas y consolidar una cultura de comunicación más consciente, consistente y orientada a fortalecer la relación de confianza con nuestros grupos de interés.

Como resultado de estos espacios, actualizamos nuestro lineamiento interno de uso de inteligencia artificial, incorporando criterios más estrictos de transparencia y responsabilidad. También ajustamos nuestras piezas publicitarias que integran IA, incluyendo un anuncio explícito para informar a nuestros clientes sobre su utilización. Asimismo, fortalecimos nuestro trabajo con agencias aliadas al integrar en los contratos un marco reforzado de responsabilidad en el uso de estas tecnologías, asegurando prácticas alineadas con los principios éticos que promovemos.

Canales de atención y comunicación con nuestros clientes

Escuchar a nuestros clientes sigue siendo esencial para orientar decisiones y mejorar la experiencia. En 2025 gestionamos 722.374 interacciones, con un aumento del 2,3 % frente a 2024. Se evidenció una migración hacia canales digitales: los formularios web aumentaron su participación en 9,48 puntos porcentuales y WhatsApp en 2,57 puntos porcentuales, mientras que el canal telefónico registró una disminución de 11,79 puntos porcentuales. Este desplazamiento hacia interacciones más ágiles nos permite comprender mejor las necesidades de las personas, acelerar la respuesta y elevar la consistencia del servicio en cada punto de contacto.

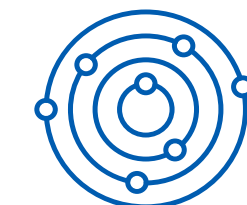
Canal de comunicación	2024		2025	
	Cantidad	Participación	Cantidad	Participación
Contactado desde tienda	57	0,01 %	78	0,01 %
Correo electrónico	4.751	0,67 %	3.285	0,45 %
Encuestas	1.228	0,17 %	473	0,07 %
Escrito	254	0,04 %	144	0,02 %
Formulario tienda	13	0,00 %	0	0,00 %
Formulario web	98.780	13,98 %	169.462	23,46 %
Línea Ética y Anticorrupción	0	0,00 %	0	0,00 %
Personal	0	0,00 %	0	0,00 %
Redes sociales	3.759	0,53 %	4.429	0,61 %
SIC	284	0,04 %	231	0,03 %
SIC Facilita	376	0,05 %	513	0,07 %
Telefónico	362.616	51,33 %	285.597	39,54 %
WhatsApp	234.290	33,17 %	258.162	35,74 %
Total general	706.408	100 %	722.374	100 %



Redes sociales

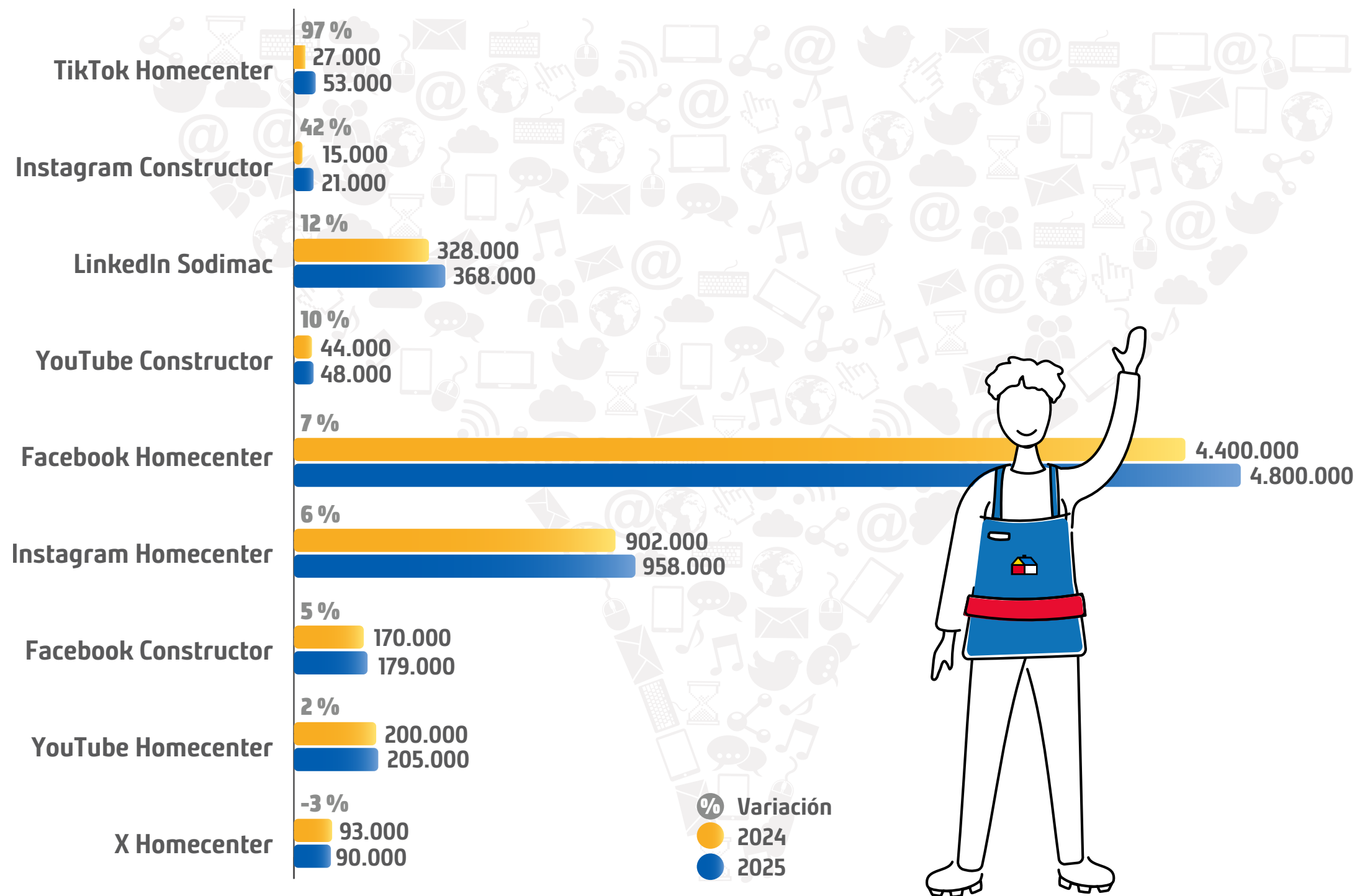
Continuamos fortaleciendo nuestros canales de atención para garantizar una comunicación más efectiva sobre productos y servicios. Durante 2025 la presencia digital de Homecenter mantuvo un crecimiento sostenido, destacando el desempeño en plataformas de video corto y la creación de contenido visual y práctico dirigido a audiencias especializadas.

TikTok Homecenter lideró la expansión digital con un incremento del 97 % en seguidores, mientras que Instagram Constructor creció un 42 %, fortaleciendo el vínculo con el público profesional. Por su parte, LinkedIn Sodimac Colombia registró un aumento del 12 %, consolidando el posicionamiento institucional y la marca empleadora. A pesar de estos avances, otros canales, como X, experimentaron decrecimientos moderados. Finalmente, aunque 2025 cerró con resultados positivos en el crecimiento de nuestras comunidades, una situación puntual en el proceso de entregas generó una ligera variación en el índice de reputación digital, que pasó de 1.74 en el periodo anterior a 1.72.





Redes sociales Homecenter



Página web y app

Con 211,7 millones de visitas en 2025, la página web y la app se consolidaron como los principales motores de ventas digitales, con un crecimiento del 10,0 % respecto de 2024. Más allá de facilitar la compra, estos canales integran servicios estratégicos como financiamiento, asesoría personalizada y programas de lealtad. Esta oferta digital centraliza la experiencia del cliente, brindando desde soluciones integrales para proyectos hasta información sobre nuestras iniciativas de responsabilidad social y herramientas de gestión empresarial.

Los usuarios activos de la app llegaron en 2025 a 3,95 millones, un crecimiento del 11,3 % frente a 2024, consolidando este canal como un acompañante clave en cada etapa del proceso de compra. La aplicación permite a los clien-

Homecenter	2024	2025
Visitas página web y app	192.484.580	211.718.505
Usuarios app	3.549.875	3.952.68

tes conocer de manera simple y rápida productos, precios, disponibilidad y tiempos de entrega, así como acceder a cotizaciones exprés, encontrar guías e ideas inspiradoras, recibir apoyo de especialistas para sus proyectos y aprovechar beneficios como bonos de devolución o envíos gratis. Con estas funcionalidades, la app brinda una experiencia integrada, eficiente y sencilla, orientada a facilitar la planificación, elección y ejecución de sus proyectos.

Pensada para reducir fricciones y hacer la compra más ágil, la app incorpora soluciones que facilitan cada paso: desde Escanea y Paga para evitar filas en tienda y la generación de códigos para cajas prioritarias, hasta la autogestión de cotizaciones que los usuarios pueden compartir para diseñar sus proyectos y decidir con mayor rapidez. Estas capacidades ponen el control en manos del cliente y simplifican su recorrido.

Al mismo tiempo, los canales digitales funcionan como guía y acompañamiento: además de productos y promociones, ofrecen recomendaciones, contenidos prácticos y actualizaciones de servicio que fortalecen la confianza y mejoran la experiencia, consolidando una relación de largo plazo con la comunidad. Esta combinación de agilidad transaccional y contenido útil se tradujo en desempeño: las ventas retail digitales pasaron de 917.897 a 1.221.149 transacciones, un crecimiento del 33,0 % en comparación con 2024, impulsado por procesos más simples, rápidos y consistentes en todos los puntos de contacto.

Ventas	2024	2025
Retail digital	917.897	1.221.149

Canal de atención WhatsApp

WhatsApp se consolidó en 2025 como un canal cercano y cada vez más resolutivo para nuestros clientes. Durante el año atendimos 258.162 casos, lo que representó un crecimiento del 10,2 % en relación con 2024. La evolución de la plataforma permitió ofrecer una experiencia más ágil, integrando funciones que simplifican la autogestión y el acceso a información relevante desde un solo lugar.

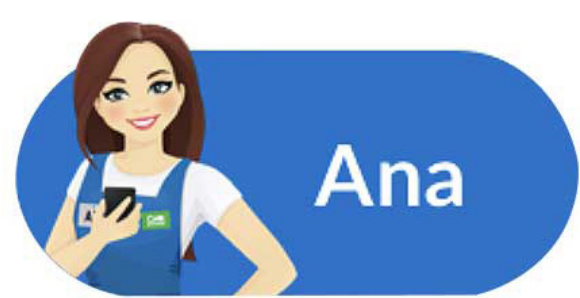
Esta mejora permitió que nuestros clientes pudieran realizar consultas frecuentes de forma rápida y sencilla, al mismo tiempo que incorporamos automatizaciones para el envío de encuestas, alcanzando 40.000 respuestas durante el año. Además, avanzamos en la segmentación de Clientes de Alto Valor para ofrecer una atención más personalizada a quienes mantienen una relación más frecuente con la compañía.



Chatbot Servicio al Cliente

Nuestro chatbot y su asistente virtual Ana se han mantenido como un apoyo clave para nuestros clientes, acompañándolos de manera oportuna en sus procesos de compra y posventa. En 2025 gestionamos 113.529 interacciones, lo que representa una disminución del 20 % frente a 2024. Este comportamiento refleja una mayor efectividad en la resolución desde otros canales digitales —como la app y WhatsApp— y una optimización en los procesos de autogestión que reduce la necesidad de escalamiento.

Aun así, la herramienta continúa facilitando atención en tiempo real para resolver dudas, gestionar solicitudes y orientar a los clientes de forma simple y efectiva. Su rol se ha fortalecido especialmente en momentos de mayor demanda, como diciembre, cuando registró el volumen más alto del año. Con esta evolución, el chatbot contribuye a una experiencia más ágil, cercana y coherente en todo el ecosistema digital.



Ana

Agente virtual de compra

Interacciones Anaweb

Mes	2024	2025
Enero	13.560	10.291
Febrero	10.395	8.981
Marzo	11.045	8.555
Abril	11.003	7.543
Mayo	10.031	6.959
Junio	10.291	7.352
Julio	11.561	10.205
Agosto	15.736	3.805
Septiembre	11.800	9.548
Octubre	8.749	10.280
Noviembre	13.186	12.265
Diciembre	13.185	17.745
Total	142.566	113.529

Escucha, medición y mejora continua

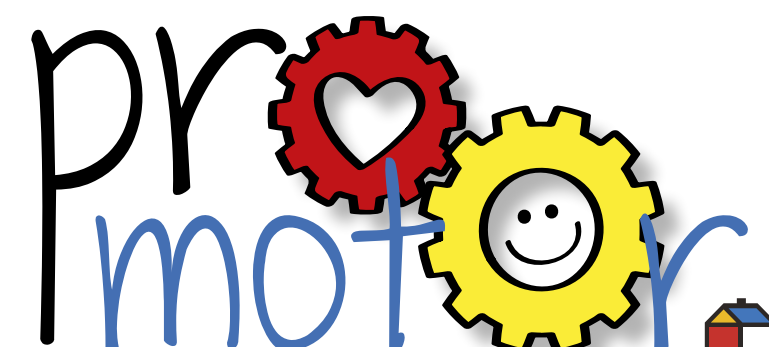
Programa Promotor

A través del programa Promotor seguimos poniendo la voz de los clientes en el centro de lo que hacemos. En 2025 el NPS de satisfacción se mantuvo estable, con un ajuste de menos un punto porcentual con respecto de 2024 y una ligera reducción de la muestra, lo que confirma consistencia en la experiencia y nos orienta a afinar mejoras en los momentos más sensibles del viaje del cliente. Con esta escucha, transformamos percepciones en decisiones que priorizan simplicidad, tiempos de respuesta y claridad de información.

Este programa se basa en el indicador Net Promoter Score (NPS), que recoge de manera integral distintos momentos de la relación con nuestros clientes: la interacción con nuestros equipos, la experiencia durante la visita a las tiendas, la atención de sus necesidades, reclamos e inconformidades, así como su nivel de satisfacción con nuestros productos, servicios e instalaciones. Con esta información, transformamos opiniones en acciones concretas para fortalecer su experiencia día a día.

La muestra para 2025 fue de 273.247 colaboradores y alcanzamos un porcentaje del 63 %. En el año se evaluaron cuatro indicadores en este sistema de NPS de tienda y NPS de satisfacción:

- Satisfacción de devolución
- Nivel de requerimiento sobre las transacciones
- El cliente en el centro (invita a los líderes de tienda a realizar actividades que movilicen la cultura de servicio)
- Comprometidos con el cliente.

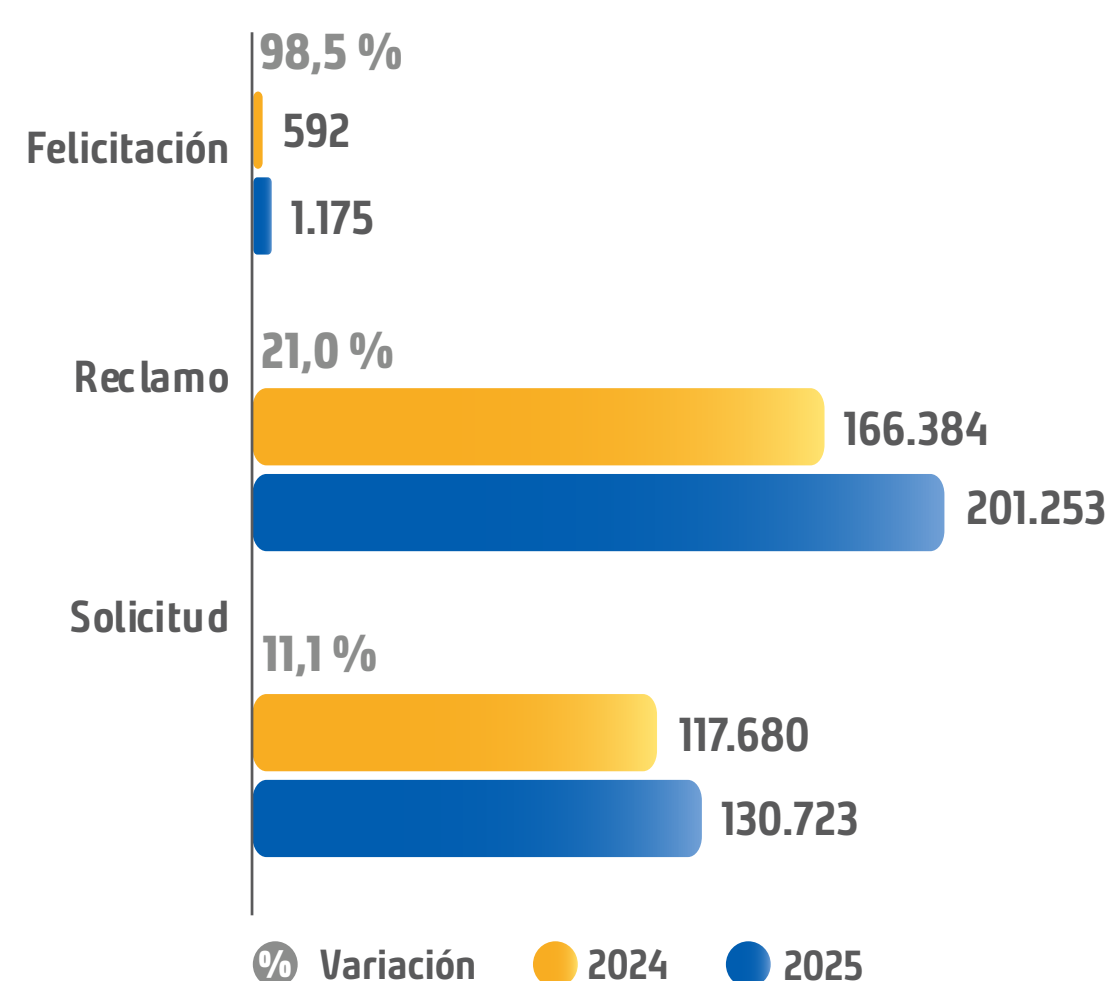


Nivel de satisfacción NPS	2024	2025
Porcentaje	64	63
Muestra	278.699	273.247

Requerimientos

En 2025 gestionamos 625.850 requerimientos, lo que representó un crecimiento del 119,8 % frente a 2024. Este aumento refleja un uso más activo de los canales y una interacción más dinámica por parte de nuestros clientes, quienes cada vez confían más en los espacios de atención para expresar sus necesidades, percepciones y experiencias.

Requerimientos

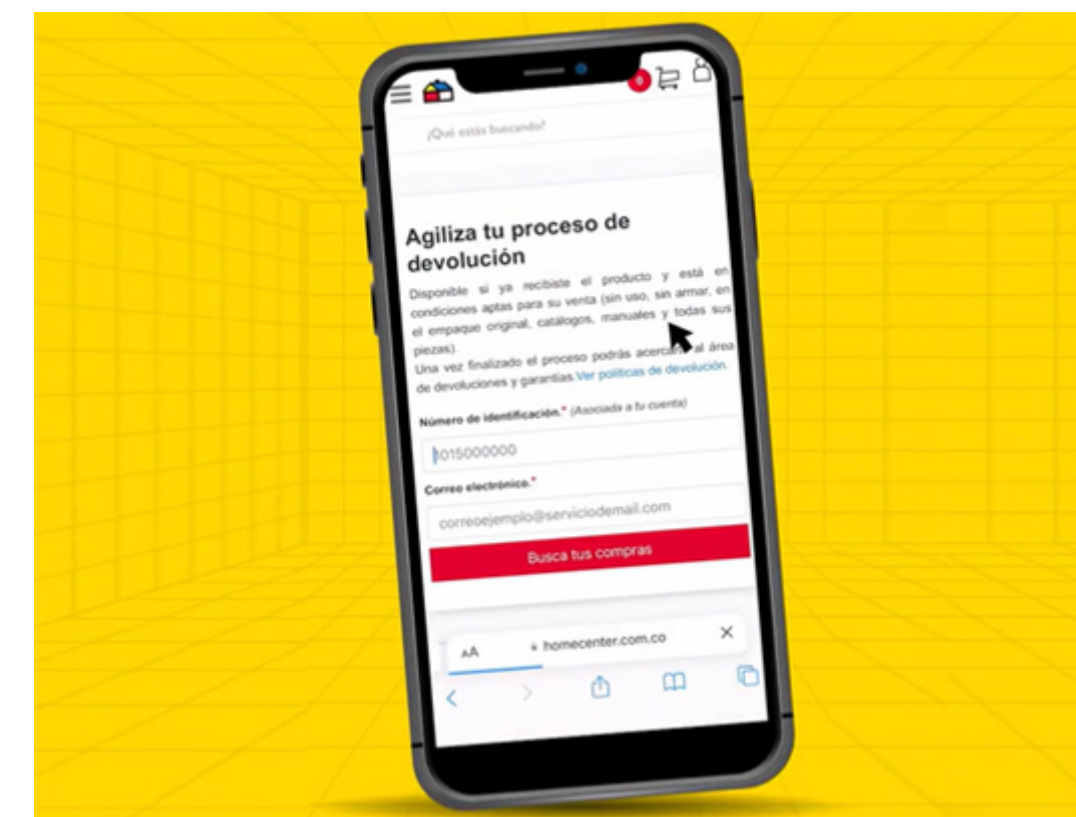


Posventa, reclamos y protección del cliente

Agiliza tu Devolución

A través del programa Agiliza tu Devolución continuamos fortaleciendo la gestión de posventa mediante procesos más ágiles y eficientes. Avanzamos en soluciones de autogestión tanto en tiendas físicas —con las iniciativas Agiliza tu Devolución y Deja tu Producto— como en canales digitales, optimizando tiempos de respuesta y estandarizando la experiencia.

En línea con el comportamiento omnicanal del consumidor, las compras realizadas por *app* o web cuentan con herramientas de retracto simplificadas y opciones de retorno más accesibles. Para productos nacionales, aseguramos trazabilidad completa y acompañamiento durante todo el proceso, ya sea directamente con la marca o en nuestros puntos de venta. Durante 2025, estas mejoras permitieron atender en tiendas físicas al 54 % de los clientes que realizaron devoluciones, un incremento del 1 % respecto de 2024, consolidando la eficiencia del modelo.



Reclamos

Escuchar a nuestros clientes es fundamental para mejorar de manera continua y garantizar una experiencia de servicio responsable. En el año los reclamos crecieron 21 % frente a 2024, en un contexto de mayor actividad operativa reflejado en un aumento del 7,1 % en las transacciones. Este comportamiento muestra un uso más intensivo de los canales e impulsa la revisión permanente de nuestros procesos para fortalecer la atención y asegurar el cumplimiento de los derechos del consumidor y de la normativa establecida por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

Esta misma escucha activa también se refleja en la gestión de la privacidad y el tratamiento de datos personales. Durante el periodo se atendieron 11 reclamaciones internas, todas resueltas oportunamente. Por otra parte, no se presentaron quejas ante entidades regulatorias, como la SIC. Asimismo, el periodo cerró sin incidentes de filtración, robo o pérdida de información, lo que reafirma nuestro compromiso con la protección de la privacidad de nuestros clientes.

Reclamos	2024	2025
Transacciones	24.990.802	26.777.322
Reclamos	166.384	201.153

Proyectos por segmento de clientes

Nueva línea de negocio: Pet Center Petizoos

En concordancia con nuestra estrategia de diversificación responsable, fortalecimos la categoría de mascotas a través de Petizoos, una propuesta que amplía nuestra oferta hacia soluciones de bienestar animal. Esta línea responde al crecimiento sostenido del mercado de cuidado de mascotas en Colombia y a la evolución de los hábitos de consumo, sobre todo cuando las mascotas son reconocidas como miembros del hogar. La tienda cuenta con un surtido especializado de marcas premium y ha alcanzado ventas por \$2.556 millones.



Círculo de Especialistas Constructor (CES)

El CES se mantuvo en 2025 como un espacio de apoyo y crecimiento para quienes trabajan en la construcción, el mantenimiento y la remodelación. Más allá de fortalecer su trabajo diario, buscamos aportar a su desarrollo personal y a la proyección de sus negocios, acompañándolos en los desafíos que enfrenta el sector. El Cliente Profesional sigue eligiendo a Homecenter como lugar preferido de compras. En 2025 logró una participación del 41,5 % sobre el total de las ventas.

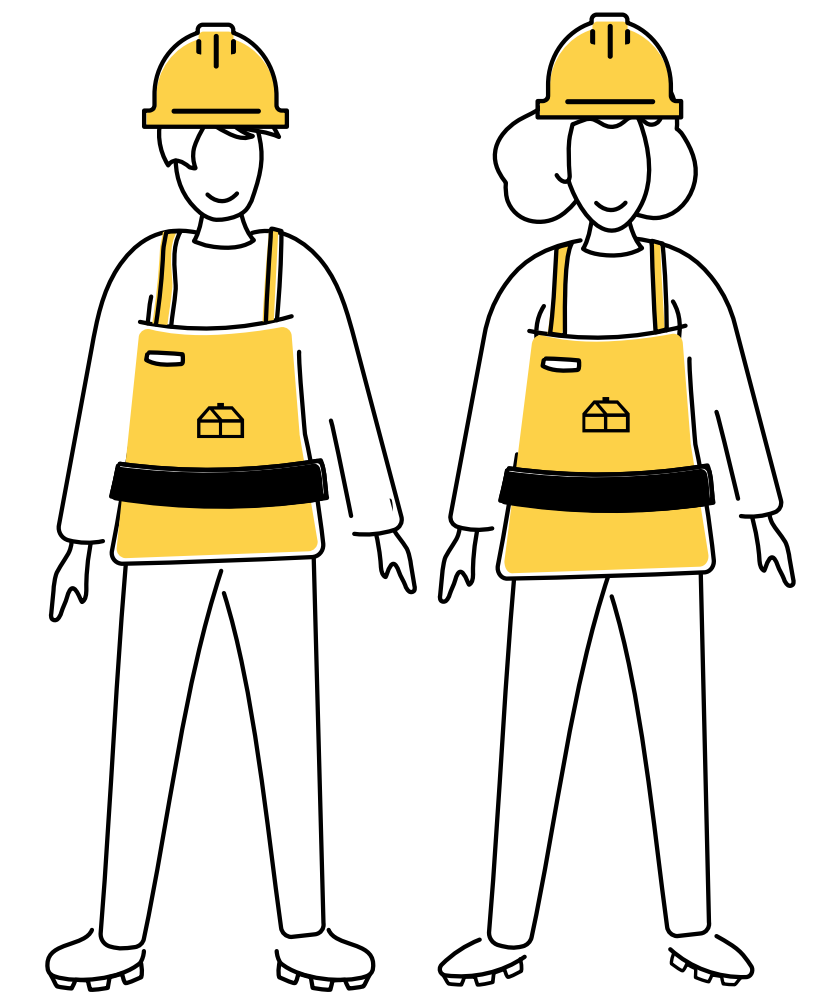
Las iniciativas de formación, como la Academia Constructor y la Gran Feria de la Capacitación, tuvieron un alcance significativamente superior frente a 2024, con un crecimiento por encima del 70 % en clientes especialistas formados y un aumento cercano al 90 % en la asistencia al evento.

A cierre del año, el 69 % de los socios Black y Oro disfrutó de los beneficios asociados a su nivel. Asimismo, se desarrollaron mejoras tecnológicas para facilitar la vinculación de personas jurídicas y se reforzaron las estrategias de comunicación en tienda, contribuyendo a un aumento cercano al 50 % en la vinculación de nuevos socios del programa.

Estos resultados hacen evidente una gestión más eficiente, con mayor impacto formativo y una propuesta más robusta para el Cliente Profesional, fortaleciendo el rol del CES como un aliado estratégico para el sector.



Cientes especialistas de la construcción capacitados	125.318	217.638
Socios vinculados	452.286	664.646
Socios capacitados	15.725	13.638
Asistentes Gran Feria de la Capacitación	107.000	204.000
Inversión	\$1.750.000.000	\$1.595.000.000
Horas de capacitación	87.122	72.212



Becas Constructor

Acompañar el aprendizaje es una forma concreta de aportar al desarrollo y a la calidad de vida de quienes trabajan en la construcción. En 2025, las Becas Constructor beneficiaron a 286 socios del Círculo de Especialistas, lo que representa un incremento cercano al 29 % respecto de 2024, ampliando las oportunidades de formación especializada. Durante el año, la Universidad EAN se mantuvo como aliado estratégico en el diseño de cursos y diplomados que fortalecen capacidades técnicas y promueven la actualización normativa. Con una inversión superior a los \$240 millones, seguimos consolidando buenas prácticas y una cultura preventiva en el sector.





Cliente Pro

Nuestros clientes Pro son aliados clave en proyectos de construcción, remodelación y mantenimiento. Para respaldar su labor, seguimos fortaleciendo el programa con beneficios como descuentos, condiciones de pago flexibles, promociones exclusivas y una atención personalizada. Gracias a este enfoque, las ventas del segmento Pro crecieron aproximadamente un 21 % en relación con 2024, consolidando la confianza en nuestra propuesta de valor, y se presentó un crecimiento de cerca del 7 % en el número de clientes, reforzando el posicionamiento del programa como un aliado estratégico para los profesionales del sector.

	Ventas	Clientes
2024	\$2.360.038.543.357	1.024.351
2025	\$2.859.397.851.432	1.094.775

Gran Feria de la Capacitación

La Gran Feria de la Capacitación se consolidó como un referente híbrido para el intercambio de conocimientos en construcción sostenible. El evento ofreció certificaciones técnicas, acceso a herramientas innovadoras y, por primera vez, una feria de empleo con más de 500 vacantes. Con un alcance masivo, la iniciativa convocó a más de 200.000 participantes virtuales y 4.300 asistentes presenciales en 290 espacios de formación.

Este evento contó en 2024 con la participación de 107.000 personas, mientras que en 2025 la suma de inscritos ascendió a 204.000, lo que representa un crecimiento cercano al 90 %, fortaleciendo su posicionamiento como una de las plataformas formativas más relevantes para los especialistas del sector. El éxito fue posible gracias a la alianza con 48 marcas y al respaldo de organizaciones como Compensar, Colsubsidio, Cafam, Constructora Capital y la Fundación Texmodas.



Programa de lealtad CMR Puntos



Nuestro programa de lealtad CMR Puntos alcanzó en 2025 los 11,8 millones de inscritos, logrando un crecimiento del 9,6 % frente al año anterior. Este avance refleja una mayor conexión con nuestros clientes, quienes encuentran en el programa un valor diferencial que fortalece su fidelidad con Homecenter.

Financiación de proyectos: CREDICREA

Esta alternativa de financiamiento está pensada para acompañar a quienes confían en Homecenter, facilitándoles el acceso a productos y servicios para sus proyectos de construcción. A través de esta opción, los clientes pueden comprar a crédito, pagar en cuotas y acceder a condiciones flexibles que se ajustan a sus necesidades, haciendo más simple avanzar en sus proyectos.

Este año incorporamos cuatro nuevos aliados, ampliando el alcance de nuestros servicios para clientes hogar y profesionales. Con ello habilitamos la compra financiada, activamos el *Contact Center* y consolidamos un enlace de pagos para compras remotas. Al cierre del año, logramos financiar \$57.159 millones a través de 5.200 nuevos clientes, lo que representa un crecimiento exponencial cercano al 609 % frente a 2024, reflejando la expansión y el mayor uso de las alternativas de financiación dentro de nuestra oferta de valor.

Nuestro compromiso con la calidad

La calidad es un pilar central en Homecenter. Por lo tanto, trabajamos para que los productos y servicios que ofrecemos cumplan con altos estándares y con la normativa nacional e internacional vigente. Este compromiso se refuerza a través de controles que nos permiten conocer de manera clara la cadena de suministro de nuestros proveedores y promover una producción responsable a lo largo de todo el proceso.



Etapas ciclo de vida

Examinamos y evaluamos las distintas etapas del ciclo de vida de productos y servicios, por medio de las cuales estudiamos los impactos en la salud y seguridad del cliente en los procesos de:



Testeos

Homecenter fortaleció durante 2025 su modelo de aseguramiento de calidad y seguridad mediante la implementación sistemática de testeos a productos nacionales e internacionales. El objetivo fue garantizar el cumplimiento de estándares técnicos, normativos y de experiencia. En este periodo se realizaron 845 testeos corporativos, casi duplicando los 435 ejecutados en 2024. Este incremento refleja la madurez y estandarización de nuestro modelo de control de calidad.



Testeos	2024	2025
Corporativos	435	845
Nacionales	18	10



Inspecciones

Realizamos inspecciones de nuestros productos nacionales, con el objetivo de verificar el cumplimiento de estándares de empaque, rotulación, código de barras, accesorios y manuales.

Respecto de los productos importados, verificamos especificaciones técnicas, componentes y características funcionales.

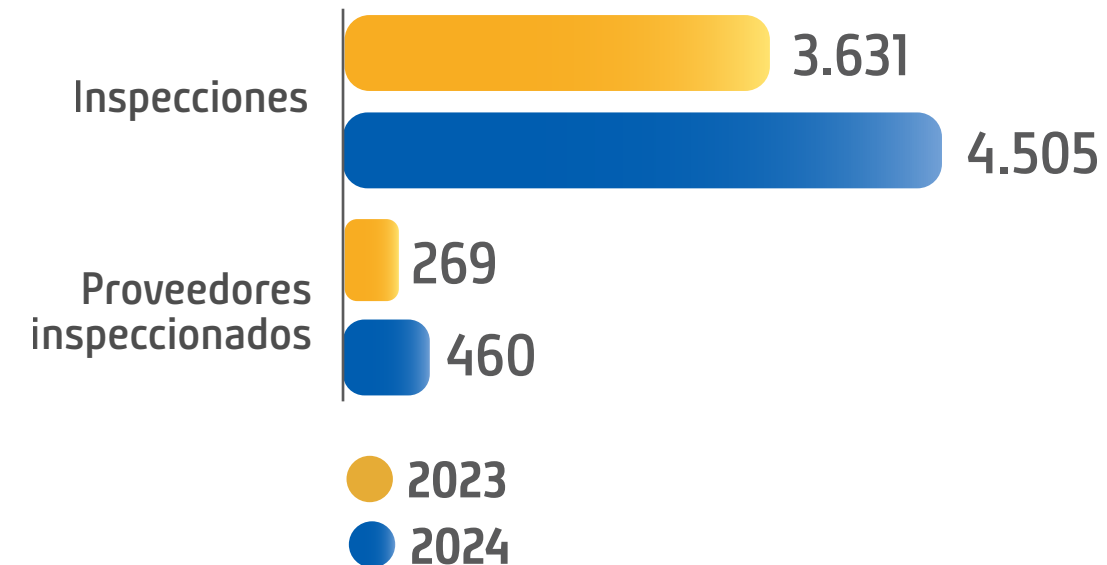
Inspecciones realizadas

- 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.

Inspecciones de productos nacionales



Inspecciones de productos de Asia



Riesgos

Identificamos y gestionamos de manera constante los riesgos asociados a nuestros productos y servicios, para garantizar la seguridad de nuestros grupos de interés. Esta tarea es fundamental para la salud, la sostenibilidad, la innovación y la mejora continua de nuestra oferta. En este proceso, los proveedores respaldan nuestro compromiso informando sobre riesgos químicos, cumpliendo con la documentación requerida y, cuando es necesario, retirando productos que no cumplen los estándares o justificando formalmente cualquier excepción.



Otras herramientas

Auditoría de fábrica en formato digital

Durante 2025, 413 proveedores adelantaron la auditoría con encuesta QC, la cual es diligenciada por la totalidad de los nuevos proveedores, mientras otros 17 fueron auditados *in-house*, buscando una mejora continua en sus procesos.

Certificados de producto disponibles en la página

Logramos 174 certificados de productos vigentes.

Certificación de producto en origen

Continuamos con la certificación de productos en el punto de origen para aquellos reglamentos técnicos que lo permiten.

Gestión *Ambiental*

En Homecenter mantenemos nuestro compromiso con la sostenibilidad y con una gestión responsable de la huella ambiental. Durante 2025 consolidamos una operación medioambiental más eficiente, con sistemas, prácticas y controles que nos permiten prevenir, reducir y compensar los efectos que se derivan de nuestras actividades en tiendas, CEDIS y procesos logísticos.



Asimismo, reforzamos la gestión integral de residuos — reciclables, especiales, no aprovechables, peligrosos y posconsumo— e impulsamos iniciativas de economía circular que aumentan la valorización de materiales y reducen la presión sobre los recursos naturales. Estas acciones estuvieron acompañadas con mejoras en el uso eficiente del agua, el control de vertimientos y el fortalecimiento de nuestra cultura ambiental a través de la formación y sensibilización de colaboradores y aliados estratégicos.

Los resultados obtenidos en el periodo reflejan consolidación, disciplina operativa y madurez en nuestra gestión ambiental. Cada avance contribuye a nuestro propósito de proteger los recursos naturales, reducir riesgos y operar de manera más responsable, sostenible y ajustada a los estándares actuales del sector, el país y la tendencia mundial.

Estrategias y acciones para..

Minimizar

Utilizamos tecnologías más limpias, promoviendo el uso eficiente de energía, agua y materiales.

Compensar

Participamos en proyectos de compensación de carbono y en iniciativas de restauración de ecosistemas, contribuyendo así a la conservación y recuperación de la biodiversidad.

Prevenir

Actividades de monitoreo ambiental, vigilancia de nuestras operaciones y capacitación de los equipos para evitar que se generen impactos desde el origen.

Mitigar


Desarrollamos acciones como programas de reforestación, tratamiento adecuado de aguas residuales y control de emisiones atmosféricas para disminuir su efecto sobre el medioambiente.


Logros y reconocimiento a nuestra gestión

1  Recibimos la recertificación en la norma ISO 14001:2015 para 45 centros de trabajo entre tiendas y centros de distribución.

2  Somos empresa carbono neutro por tercer año consecutivo. ICONTEC nos certificó nuevamente como empresa carbono neutro para los alcances 1 y 2 de nuestras 42 tiendas y tres centros de distribución.



3  La Corporación Fenalco Solidario Colombia nos reconoció como empresa pionera en economía circular, destacando nuestra gestión innovadora para valorizar residuos y avanzar hacia un modelo de negocio más circular.

4  Fuimos reconocidos por nuestro liderazgo en educación y movilización ambiental, destacando el compromiso de los guardianes ambientales en la promoción de una cultura de sostenibilidad con colaboradores, clientes y comunidades.



Desempeño ambiental

En Homecenter, la estrategia de sostenibilidad ambiental parte del reconocimiento de los riesgos y oportunidades que nuestra operación genera en el entorno. Durante 2025 fortalecimos nuestra gestión integrando procesos que permiten evaluar, anticipar y gestionar los impactos ambientales de manera más efectiva.

Para lograrlo, trabajamos con objetivos e indicadores ambientales, impulsando la eficiencia en el uso de la energía y el agua, una gestión responsable de los residuos y el cumplimiento riguroso de la normativa vigente. Además, reforzamos la formación de nuestros equipos en materias clave de protección ambiental, asegurando una comprensión amplia de los riesgos asociados a la operación, incluidos aquellos que se derivan del transporte y la logística.

Ruta estratégica en sostenibilidad ambiental

Nuestra gestión ambiental busca comprender el contexto en el que operamos. Esto implica analizar factores internos y externos que determinan nuestra capacidad para cumplir los objetivos del Sistema de Gestión Ambiental.

El contexto interno abarca elementos como estructura organizacional, procesos operativos, recursos disponibles y la manera en la que estos interactúan para garantizar una operación responsable. Por su parte, el contexto externo incluye condiciones legales, económicas, sociales y ambientales que pueden incidir en nuestras actividades. Considerar este entorno nos permite anticipar riesgos, identificar oportunidades y adaptar nuestra estrategia a las exigencias actuales del mercado y del marco regulatorio.



Medición, reducción y compensación de emisiones

Huella de carbono en la cadena de abastecimiento

Implementación de sistemas para la medición integral de la huella de carbono en el alcance 3, permitiendo cuantificar las emisiones generadas en la cadena de suministro. Este enfoque, basado en datos y metodologías de última generación, fortalece la capacidad de identificar puntos críticos, priorizar acciones y avanzar hacia una cadena de valor acorde con objetivos de descarbonización.

Estrategias de descarbonización en el transporte

Desarrollo y priorización de estrategias específicas para reducir las emisiones asociadas al transporte, incorporando tendencias globales como la transición progresiva hacia vehículos eléctricos y de bajas emisiones, la optimización inteligente de rutas logísticas y la adopción de tecnologías que mejoran la eficiencia operativa. Estas acciones permiten avanzar hacia un modelo de movilidad sostenible que disminuye la huella de carbono, impulsa la eficiencia energética y contribuye al cumplimiento de los compromisos climáticos corporativos.

Acción climática

Gestión y transición energética

Proyectos fotovoltaicos y estrategias de eficiencia energética

Homecenter avanzó en su estrategia de descarbonización con la puesta en operación, entre 2024 y 2025, de tres nuevas cubiertas fotovoltaicas en las tiendas Cartagena La Popa, Ibagué y Cali Sur, consolidando un modelo de auto-generación con energía limpia.

Infraestructura solar de última generación

En alianza con AYURA, se instalaron 3.272 paneles solares de alta eficiencia distribuidos en las cubiertas de estas tiendas. La generación calculada alcanza 1,5 millones de kilovatios hora al año, energía equivalente al consumo promedio anual de 786 hogares de cuatro integrantes, impulsando una operación más resiliente, sostenible y menos dependiente de la red.

Impacto ambiental positivo y reducción de emisiones

La producción energética de estas cubiertas controla la emisión de cerca de 248 toneladas de CO₂ al año, lo que contribuye a la mitigación del cambio climático. Este logro es comparable al carbono capturado por 13.117 árboles, reforzando la transición hacia una matriz energética más limpia.

Eficiencia energética basada en tecnología y dato

Además de los proyectos fotovoltaicos, Homecenter impulsa una estrategia transversal de optimización energética que incluye auditorías, modernización tecnológica y adopción de sistemas inteligentes para mejorar el desempeño energético en la operación. Esta iniciativa permite identificar oportunidades de mejora y reducir consumos innecesarios, lo que nos impulsa hacia edificios más eficientes, de acuerdo con las tendencias de *smart buildings* y *energy intelligence*.



Economía circular

Gestión de envases, empaques y materiales de embalaje

Cumplimiento de normativas de recuperación

Cumplimos con las metas de recuperación establecidas por la regulación vigente, incluidos los requerimientos relacionados con plásticos de un solo uso, garantizando una gestión responsable de los materiales que ponemos en el mercado.

Programas posconsumo

Contamos con programas para la recepción y manejo adecuado de envases, empaques, RAEE y llantas, facilitando su reciclaje y promoviendo su reincorporación en cadenas de valor; con todo ello reducimos la cantidad de residuos que llegan a disposición final.

Sostenibilidad en productos y servicios

Criterios de sostenibilidad con proveedores

Integramos criterios de sostenibilidad en los procesos de compra y homologación de proveedores, asegurando que nuestros aliados cumplan con estándares ambientales y aporten a una operación más responsable.

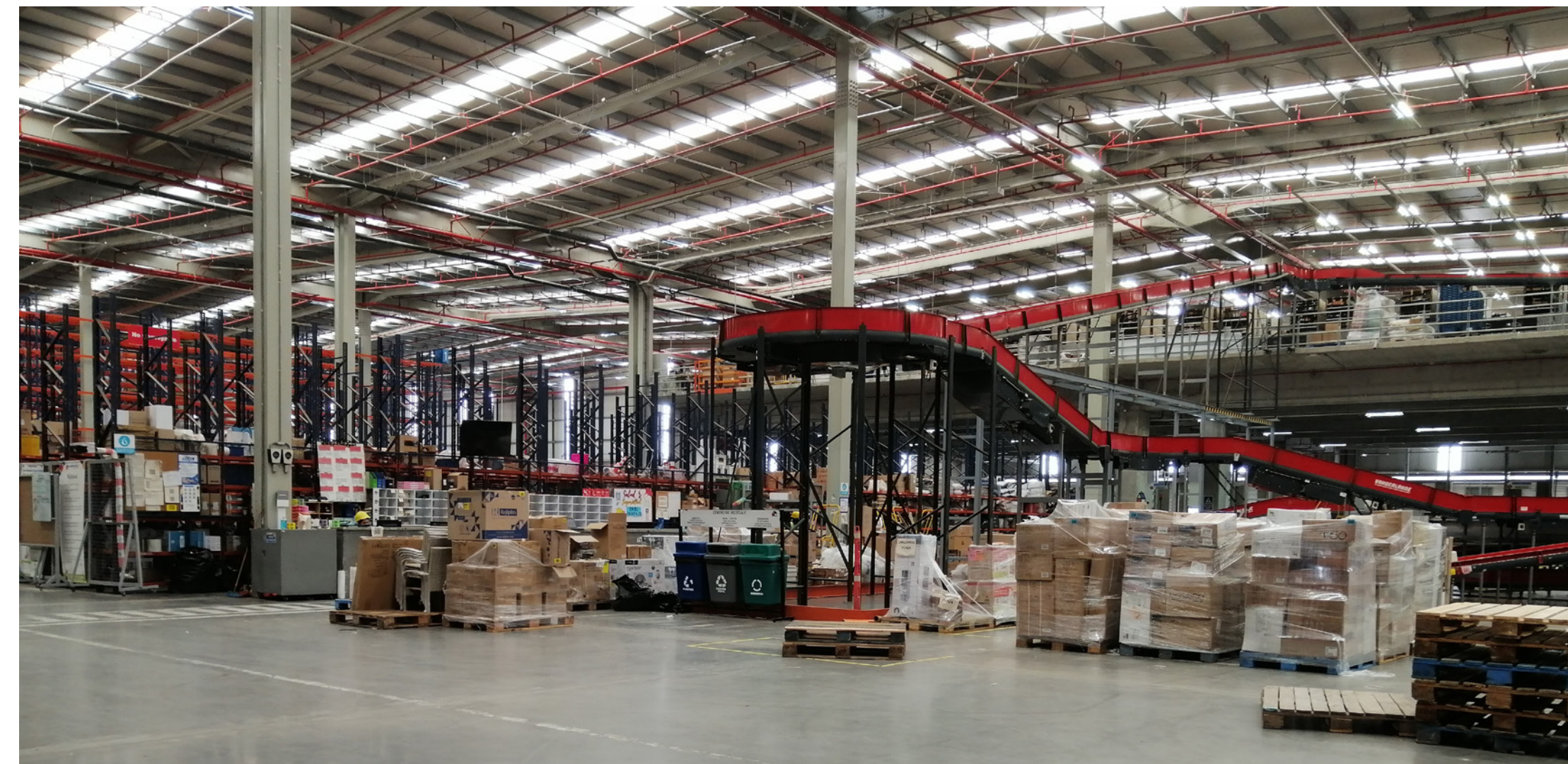
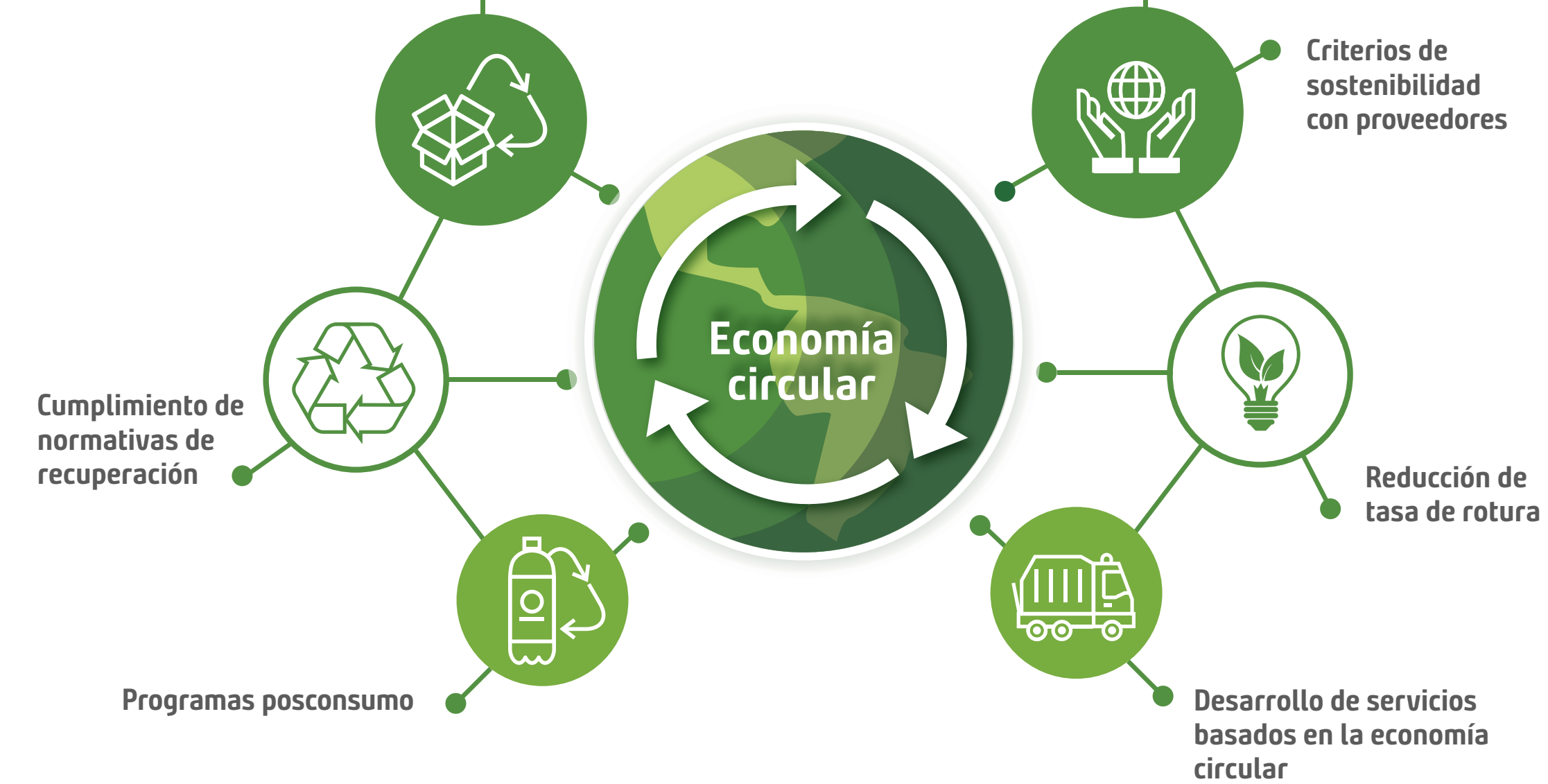
Desarrollo de servicios basados en la economía circular

Fortalecemos servicios que promueven la economía circular, como el transporte y reciclaje de escombros y RAEE, contribuyendo a extender la vida útil de materiales y así mismo a disminuir la presión sobre los recursos naturales.

Reducción de tasa de rotura

Implementamos acciones para disminuir la tasa de rotura en tiendas, con la meta de lograr una reducción del 10 % hacia 2030, mejorando la eficiencia operativa y evitando la generación innecesaria de residuos.

Gestión de envases, empaques y materiales de embalaje



Agua y conservación

Enfoque hídrico para la sostenibilidad

Proyectos de recirculación de agua

Desarrollamos iniciativas que incrementan el aprovechamiento de agua lluvia mediante sistemas de recirculación, contribuyendo a un uso más eficiente del recurso y reduciendo la dependencia del agua potable.

Tratamiento de efluentes

Implementamos soluciones avanzadas para el tratamiento de aguas residuales en concesiones y centros de servicio automotor (Carcenter), lo que nos permite disminuir la huella hídrica y asegurar el cumplimiento de los estándares ambientales.

Enfoque hídrico para la sostenibilidad



Gestión de cumplimiento

Gobernanza ambiental y gestión del riesgo

Certificaciones ambientales

Durante 2025 mantuvimos la certificación ISO 14001:2015 con SGS y la certificación de carbono neutro con ICONTEC para nuestras operaciones, reafirmando el cumplimiento de los estándares internacionales y la solidez de nuestro Sistema de Gestión Ambiental. Estas certificaciones respaldan nuestro desempeño y el compromiso de operar bajo criterios ambientales exigentes.

Aseguramiento del riesgo ambiental

En 2025 continuamos aplicando nuevas disposiciones normativas, entre ellas las relacionadas con la gestión de RAEE, los requisitos de plásticos de un solo uso, la implementación de la Ley del Árbol —que contempla la siembra y mantenimiento de dos árboles por colaborador— y el fortalecimiento de los programas posconsumo de llantas. Además, dimos continuidad al trabajo iniciado con el reporte TCFD presentado en 2024, avanzando en la integración del riesgo climático dentro de la gestión estratégica de la compañía y su análisis de resiliencia.

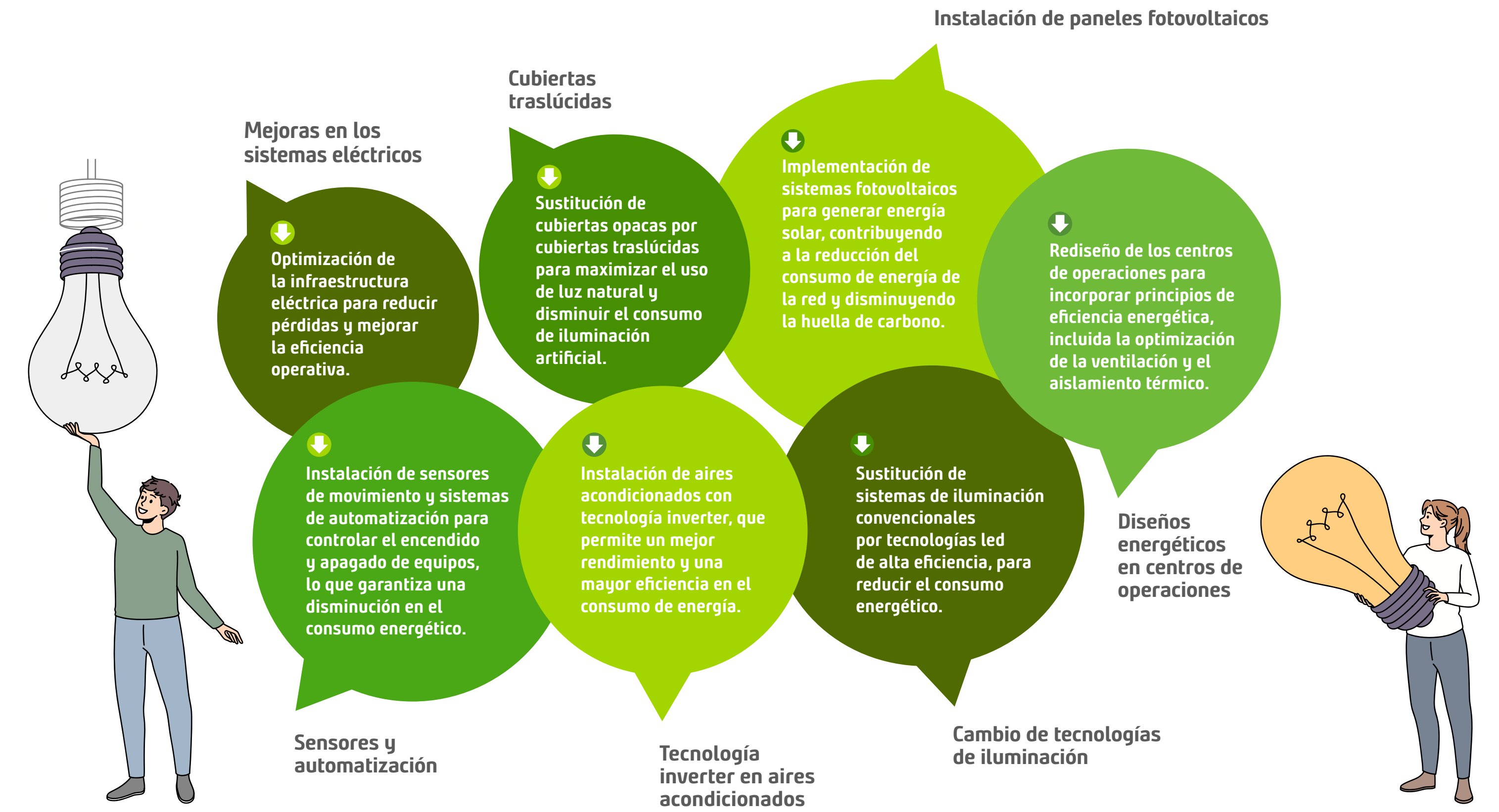
Participación en mesas de trabajo

Durante el año mantuvimos una participación activa en mesas técnicas y de concertación con autoridades ambientales y gremios sectoriales.



Gestión sostenible de la energía

Durante 2025 reforzamos nuestro compromiso con la gestión responsable de la energía, reconociendo su impacto en la operación, los costos y el desempeño ambiental. En consonancia con las exigencias actuales del mercado y los lineamientos de GRI 302 – Energía, avanzamos en iniciativas orientadas a mejorar la eficiencia y a mantener en óptimo funcionamiento los sistemas implementados en años anteriores. Nuestro enfoque se centró en el seguimiento de los consumos, la optimización de equipos y procesos, y la implementación de buenas prácticas operativas que permiten un uso más racional de la energía en tiendas, centros de distribución y servicios automotores. Esta gestión nos ayuda a reducir la demanda energética, impulsar la eficiencia y contribuir a una operación más competitiva y respetuosa con el medioambiente.





Se produjo un incremento en el consumo de energía asociado a factores como la ampliación de operaciones, el crecimiento en la demanda energética y variaciones en los patrones de uso de energía en los diferentes centros operativos. Los colaboradores de la Oficina de Apoyo a Tiendas y Centros de Distribución mantienen la posibilidad de trabajar en forma remota, lo que contribuye a la optimización y ahorro de energía en las instalaciones físicas de la compañía.

Consumo de energía

	Consumo año kWh*	TJ
2024**	72.909.490	262
2025**	76.424.709	253,13

2024 vs. 2025

Aumento kWh	3.515.219
Porcentaje aumento	4,82 %

*Metodología del consumo de energía: *same store* (mismo número de tiendas año)
**Incluye consumo fotovoltaico

Consumo de energía	TJ
Combustibles de fuentes no renovables	253,13
Energía eléctrica	5,14
Consumo total de energía	258,27



Gestión sostenible del agua

En Homecenter optimizamos el uso del agua para reducir el impacto ambiental de nuestra operación y promover prácticas responsables en cada instalación. Estos esfuerzos nos permiten avanzar hacia una gestión hídrica más eficiente, preventiva y conforme a las exigencias actuales del entorno.



Consumo de agua

	2024	2025	Incremento	Variación
Agua del acueducto	226.339 m ³	230.781 m ³	4.442 m ³	1,96 %
Aguas lluvia	10.891 m ³	15.026 m ³	4.135 m ³	37,97 %

El incremento en el consumo de agua potable durante 2025 obedece al aumento de actividades de lavado en fachadas y zonas duras, al igual que a las operaciones generales en tiendas y centros de distribución.

En cuanto al aprovechamiento de aguas lluvia, en 2024 se recuperaron 10.891 m³, mientras que en 2025 el volumen ascendió a 15.026 m³, lo que representa un incremento de 4.135 m³ y una variación del 37,97 %. Este volumen equivale a aproximadamente 6,01 piscinas olímpicas, una cantidad significativa proveniente de una fuente natural y sostenible.

El uso de agua lluvia continúa siendo una estrategia clave para reducir la dependencia del agua potable del acueducto, especialmente en actividades que no requieren agua tratada, como el riego de jardines, la limpieza de áreas exteriores, entre otras tareas. Esta práctica contribuye no solo a optimizar el recurso hídrico, sino también a reducir costos operativos y fortalecer la gestión sostenible en las instalaciones de la compañía.

Residuos

Iniciativas para la valorización de materiales reciclables

La transición hacia modelos circulares es hoy una prioridad global, y en Homecenter asumimos este reto impulsando prácticas que permiten que los materiales mantengan su valor y permanezcan más tiempo dentro de los ciclos productivos. Bajo esta visión, durante 2025 fortalecimos nuestras acciones orientadas al aprovechamiento de residuos reciclables, integrando procesos que favorecen la separación adecuada, la valorización y la reincorporación de materiales a nuevas cadenas de uso.

Ante el potencial del cartón, el plástico, la madera, el metal y otros materiales reciclables para transformarse nuevamente en recursos útiles, reforzamos nuestras prácticas de clasificación en tiendas y centros de operación. Estos residuos son gestionados bajo criterios de trazabilidad y enviados a nuestro aliado estratégico Colrecicladora (Compañía Colombiana Recicladora S.A.), responsable de su procesamiento y transformación para otorgarles una segunda vida útil.

Este trabajo colaborativo contribuye a disminuir la extracción de materias primas vírgenes, reducir las emisiones asociadas a su producción y avanzar en la construcción de un modelo de operación acorde con las tendencias internacionales de economía circular.

Materiales reciclados



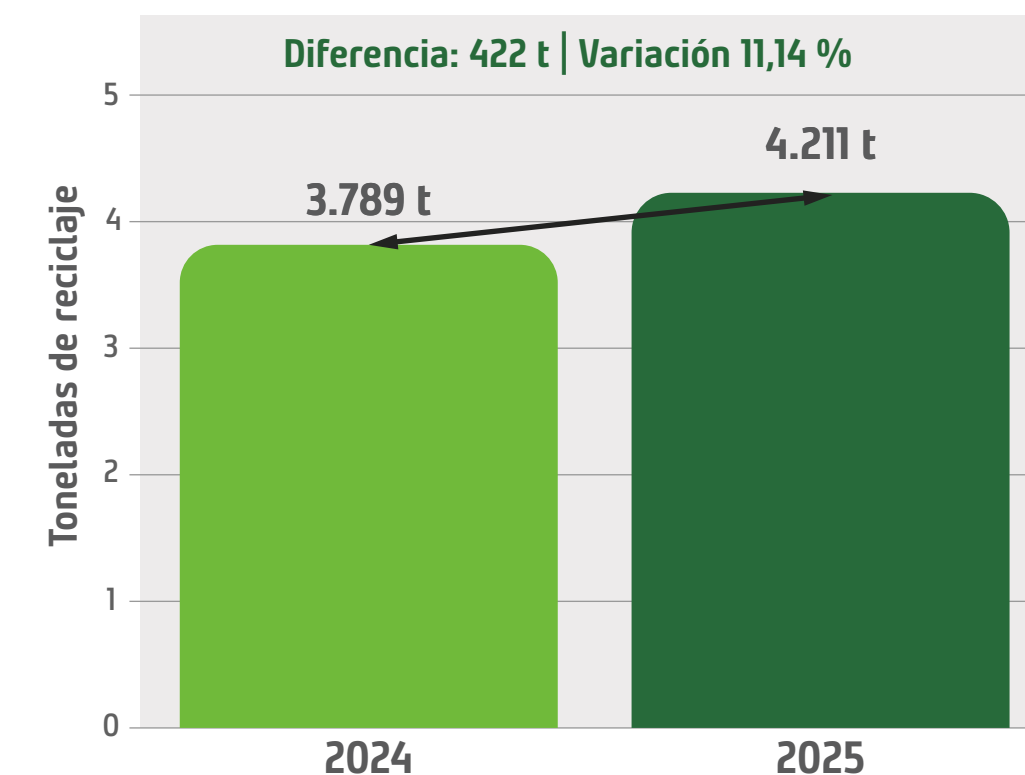
Programas e iniciativas



- **Implementación del programa de envases y empaques:** durante 2025 avanzamos en la implementación del Programa de Envases y Empaques establecido por la Resolución 1407 de 2018, fortaleciendo las prácticas de separación, recolección y aprovechamiento de estos materiales. La iniciativa orienta la gestión responsable de envases y empaques, promoviendo su reciclaje y reincorporación a cadenas productivas.
- **Adaptación de procesos de manejo de residuos:** alineamos nuestros procesos de gestión de residuos a los requerimientos normativos vigentes, ajustando procedimientos y fortaleciendo controles internos. Esta actualización garantiza el cumplimiento ambiental y mejora la eficiencia en la clasificación, almacenamiento y entrega de materiales aprovechables. Estas acciones consolidan un modelo de economía circular en nuestras operaciones, permitiendo que los materiales recuperados se integren nuevamente a ciclos productivos, reduzcan la extracción de recursos naturales y minimicen la generación de residuos.



Impacto positivo en la gestión de residuos



En 2025 se registró un incremento de 422 toneladas, equivalente a un 11 % frente al año 2024. Este aumento obedece al crecimiento de las ventas, lo que genera incremento de empaques y un mayor volumen de materiales gestionados. A pesar de este crecimiento, los proveedores han implementado estrategias orientadas a reducir la utilización de plásticos de un solo uso, contribuyendo al propósito de minimizar el impacto ambiental. Entre las acciones más relevantes se encuentran:

Estrategias de reducción de plásticos

- **Reevaluación de embalajes:** incorporación de materiales reciclables, compostables o biodegradables en sustitución de plásticos convencionales.
- **Sistemas de depósito y retorno:** mecanismos que permiten la devolución de envases para su posterior reutilización.



- **Optimización del tamaño del empaque:** reducción del volumen y peso de los envases para minimizar el consumo de plástico.
- **Eliminación de embalajes secundarios:** supresión de envoltorios innecesarios para disminuir la generación de residuos.
- **Gestión eficiente de inventarios:** disminución de *stock* físico que evita sobreembalajes y reduce materiales asociados al almacenamiento.

Garantía del 100 % de Reciclaje

Como parte del compromiso con la economía circular, se ha consolidado una política que asegura que el 100 % de los materiales destinados al reciclaje sean efectivamente procesados y no terminen en rellenos sanitarios. Esto se respalda mediante:

Acciones que fortalecen la trazabilidad y cumplimiento ambiental

- **Clasificación y separación en la fuente:** segregación adecuada de materiales (plástico, papel, cartón, vidrio, etc.) en contenedores diferenciados.
- **Alianzas con gestores autorizados:** trabajo conjunto con empresas especializadas que garantizan el reciclaje bajo estándares ambientales y normativos.
- **Monitoreo y registro continuo:** seguimiento detallado del flujo de residuos, permitiendo medir avances, asegurar trazabilidad y verificar el cumplimiento de los objetivos de reciclaje.

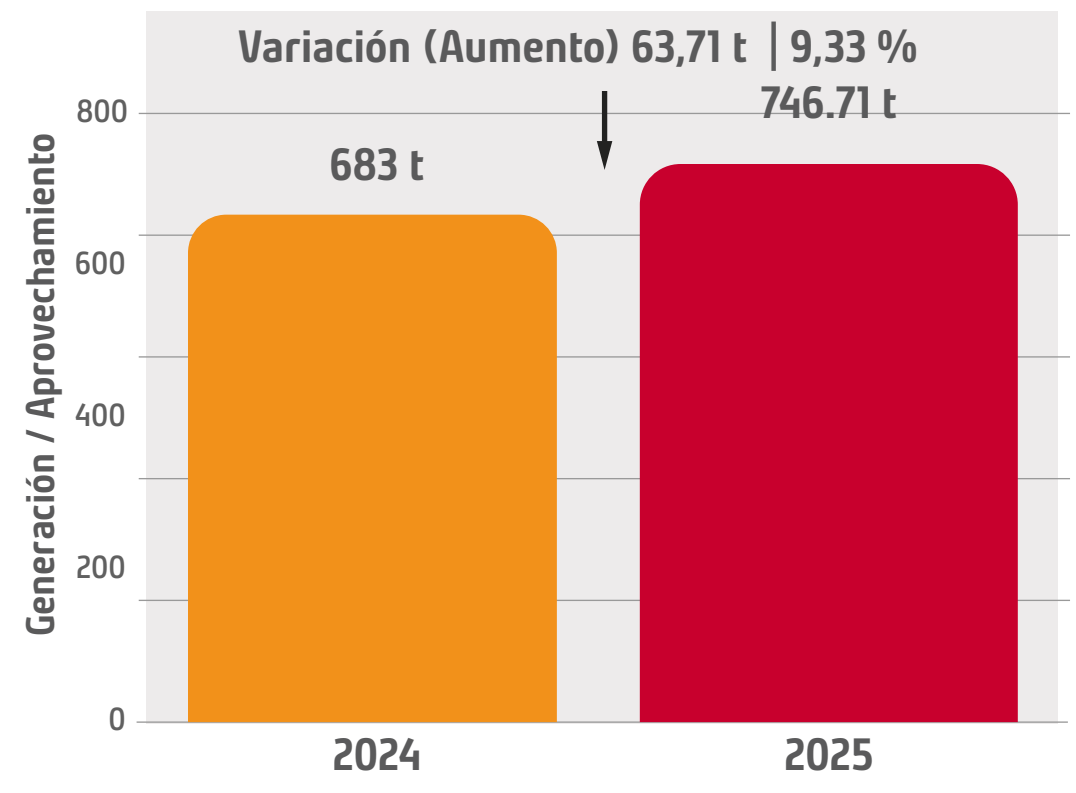
Acciones para la disminución de residuos peligrosos

Gestionamos los residuos peligrosos de nuestra operación a través de aliados ambientales autorizados, quienes cuentan con licencias y programas posconsumo para garantizar un manejo seguro. Este trabajo conjunto asegura que los materiales con riesgo para la salud o el entorno reciban un tratamiento adecuado, desde su recolección hasta su disposición final o aprovechamiento.

Como parte de nuestro programa de manejo integral, en 2025 reforzamos las acciones para reducir la generación de residuos peligrosos. Mediante procesos de formación y acompañamiento a las áreas operativas, logramos el tratamiento adecuado de 746,7 toneladas, promoviendo prácticas que minimizan su producción desde el origen.



Variación en la generación de residuos peligrosos



Generación de residuos peligrosos



*Envases, material absorbente, sólidos, entre otros.

En 2025 se registró un aumento de 63,71 toneladas en la generación de residuos peligrosos, lo que representa un incremento del 9,33 % respecto del año anterior. Esta va-

riación está asociada al crecimiento operacional y al mayor volumen de actividades que requieren insumos y procesos generadores de residuos peligrosos.



El incremento en la generación de residuos peligrosos durante 2025 se relaciona principalmente con factores asociados al comportamiento operativo y comercial del año:

- **Mejoras en la clasificación y gestión interna:** el fortalecimiento de las buenas prácticas permitió que materiales como polvos de construcción (cementos, pegantes y otros) fueran gestionados correctamente como residuos peligrosos, lo que aumenta el volumen reportado, pero garantiza un manejo más seguro y responsable.
- **Crecimiento en ventas y actividad operativa:** el aumento de la actividad en tiendas y centros de distribución (CEDIS) elevó el volumen de residuos asociados a la logística y rotación de inventarios, lo que influyó en la generación de residuos peligrosos.
- **Vencimiento y rotura de productos:** la generación de residuos peligrosos también se vio incrementada por productos vencidos o dañados, que requieren procesos técnicos específicos de recolección y disposición final.

- **Acciones continuas para reducir el indicador:** a pesar del incremento, se mantienen esfuerzos para disminuir la generación de estos residuos mediante mejoras en los procesos, capacitación a los equipos y fortalecimiento del control operativo, en coordinación con las áreas ambientales, administrativas y de operaciones.

Programa e iniciativas para la recepción de residuos posconsumo

Posconsumos

La gestión de residuos posconsumo se ha convertido en uno de los mayores retos para las empresas que comercializan productos, especialmente por el aumento en la vida útil variable de los artículos y las expectativas de los consumidores frente a la disposición responsable. En Homecenter asumimos este desafío como una prioridad, asegurando el cumplimiento de la normativa vigente y facilitando que los residuos generados por los productos que vendemos tengan un manejo adecuado una vez llegan al final de su vida útil.

En los últimos años hemos consolidado nuestra gestión bajo los lineamientos de la normativa de RAEE de 2018 y de la Resolución 1407 de 2018 para envases y empaques, garantizando la correcta clasificación, entrega y reporte de los materiales recogidos en nuestras tiendas a los programas posconsumo autorizados. Este cumplimiento no solo responde a la regulación, sino que refuerza nuestro compromiso con modelos más circulares y responsables.

Además, hemos fortalecido las acciones de sensibilización dirigidas a clientes y colaboradores, lo que ha contribuido a mejorar los resultados de recolección y aprovechamiento. Durante 2025 también observamos disminuciones en algunos tipos de residuos posconsumo, asociadas al crecimiento del comercio digital y al uso de alternativas recargables —particularmente en pilas— que reducen la cantidad de elementos de un solo uso en circulación.

Con estas iniciativas avanzamos hacia una gestión más eficiente, responsable y alineada con las prácticas globales de sostenibilidad.

Aprovechamiento de residuos (posconsumos)

	2024	2025	Variación
Llantas (uds.)	124.856	131.148	5,04 %
Llantas (t)	873,992	918,036	
Baterías (uds.)	42.900	38.846	-9,45 %
Baterías (t)	514,800	466,152	
RAEES (t)*	99,49	121,15	-21,77 %

*Están involucrados todos los AEE, pilas y luminarias de acuerdo con la normatividad ambiental vigente.



Los residuos posconsumo —como pilas, luminarias, llantas, baterías y RAEE— son entregados por nuestros clientes y su volumen está asociado al comportamiento de las ventas. La recolección de estos materiales aporta a la sostenibilidad ambiental y fortalece la relación con nuestros clientes al ofrecerles alternativas responsables para la disposición de productos al final de su vida útil.

El análisis de los indicadores muestra variaciones entre las diferentes categorías de residuos, resultado tanto de los hábitos de consumo como de la efectividad de nuestros programas. La combinación entre mecanismos de recepción y acciones de sensibilización ha permitido mejorar la gestión de residuos posconsumo, reafirmando nuestro compromiso con una operación más circular y eficiente en el uso de recursos.

Gestión de vertimientos: modelo eficiente y responsable

Con el propósito de asegurar la calidad de los vertimientos y fortalecer la gestión responsable del agua en nuestras operaciones, Homecenter cuenta con plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) en los centros que operan servicios de lavado de vehículos.

Durante 2025, y tras un análisis técnico, económico y regulatorio, se decidió el cierre de 11 PTAR cuyos caudales resultaban demasiado bajos para garantizar una operación eficiente y ambientalmente óptima. Estas plantas presentaban altos costos de mantenimiento frente al volumen tratado y una menor efectividad operativa, por lo que su continuidad no aportaba valor ambiental ni eficiencia al sistema de gestión hídrica.

En los centros donde se desmantelaron estas PTAR se implementó un nuevo modelo de gestión, basado en:

- Almacenamiento controlado de las aguas residuales generadas en los lavaderos.
- Recolección periódica con vehículos tipo vector.
- Traslado seguro a plantas municipales de tratamiento autorizadas, que cuentan con licencia ambiental vigente para el manejo de este tipo de efluentes.



Este esquema garantiza el cumplimiento normativo, optimiza los recursos operativos y refuerza nuestro compromiso con la protección del recurso hídrico, la eficiencia del sistema y la mejora continua del desempeño ambiental. De manera paralela, en 2025 se realizaron las caracterizaciones de las 13 PTAR que continúan en operación, mediante las siguientes actividades:

Vertimientos



13

Muestras de vertimientos

728

Parámetros medidos

100 %

De cumplimiento
(Resolución 631 de 2015)

Cambio climático

En 2025 fortalecimos nuestra gestión de riesgos climáticos bajo una visión estratégica sobre su impacto en la operatividad y sostenibilidad del negocio. A través de un análisis integral, involucramos a las áreas financiera, jurídica, de gestión humana y operaciones para identificar tanto los riesgos como las oportunidades de resiliencia y competitividad. Esta evaluación se consolidó como un insumo clave para anticipar escenarios, optimizar la toma de decisiones y avanzar hacia una operación robusta frente a los desafíos de la transición climática.

En Homecenter impulsamos para mitigar y adaptarnos a los efectos del cambio climático, fortaleciendo la resiliencia de nuestras operaciones y avanzando en la medición, reducción y compensación progresiva de la huella de carbono. Esta estrategia, bajo un enfoque acorde con estándares internacionales, está orientada a la transición hacia operaciones bajas en carbono.

Estrategias

- **Gestión de emisiones (GEI):** implementación de procesos sistemáticos de medición, reporte y reducción de emisiones directas e indirectas, conforme a buenas prácticas globales y marcos de referencia internacionales.
- **Eficiencia energética:** optimización del consumo energético en tiendas, centros de distribución y oficinas mediante tecnologías eficientes, automatización de sistemas y adopción de prácticas operativas más responsables.
- **Transición energética:** incorporación progresiva de soluciones energéticas limpias y ampliación del uso de fuentes renovables que permitan reducir la dependencia de combustibles fósiles.
- **Gestión de riesgos climáticos:** identificación, análisis y gestión de vulnerabilidades asociadas al cambio climático en infraestructura, cadena logística y procesos de abastecimiento, fortaleciendo la continuidad operacional y la resiliencia corporativa.



Riesgos climáticos: se refieren a los impactos que pueden surgir por eventos climáticos extremos o por cambios ambientales de largo plazo. Estos riesgos inciden directamente en la operación, la infraestructura y la logística, por lo que su monitoreo y gestión resultan esenciales para fortalecer la resiliencia y asegurar la continuidad del negocio.

Riesgos físicos: Incluyen los efectos que se derivan de eventos climáticos sobre infraestructuras, operaciones y comunidades. Pueden manifestarse de dos formas:

- **Riesgos agudos:** fenómenos extremos como lluvias intensas, inundaciones u olas de calor.
- **Riesgos crónicos:** cambios progresivos asociados a tendencias climáticas, como variaciones en las precipitaciones o en la temperatura. Estos riesgos pueden generar interrupciones operativas, afectaciones logísticas o incrementos en los costos, por lo que requieren una gestión permanente.

Estrategias de gestión y mitigación

- **Evaluación del impacto:** realizamos un análisis integral para identificar cómo el cambio climático podría influir en nuestras operaciones y en la continuidad del negocio. Este diagnóstico nos permitió priorizar acciones en eficiencia energética, infraestructura, abastecimiento y gestión de riesgos.
- **Eficiencia energética:** seguimos fortaleciendo una cultura de consumo responsable, con prácticas orientadas a reducir pérdidas, optimizar equipos y gestionar de manera más eficiente la energía utilizada en nuestros centros de trabajo.
- **Descarbonización y compensación:** impulsamos estrategias enfocadas en la reducción de emisiones, especialmente en transporte y cadena de suministro. Complementamos estos esfuerzos con la compensación de emisiones residuales, avanzando hacia un modelo operativo más bajo en carbono.



Medición de la huella de carbono

En Homecenter reconocemos que nuestras actividades operativas, logísticas y comerciales generan impactos ambientales materiales. Por ello, la medición y gestión de la huella de carbono constituye un pilar de nuestra estrategia de sostenibilidad y de nuestro sistema de gestión ambiental. Este proceso nos permite identificar, prevenir, minimizar, mitigar y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) asociadas a nuestras operaciones, fortaleciendo la toma de decisiones basada en datos y la asignación eficiente de recursos para la descarbonización.

Este enfoque no solo fortalece nuestra estrategia ambiental, sino que también nos permite tomar decisiones más informadas, mejorar la eficiencia operativa y avanzar hacia una operación acorde con las expectativas globales de descarbonización.

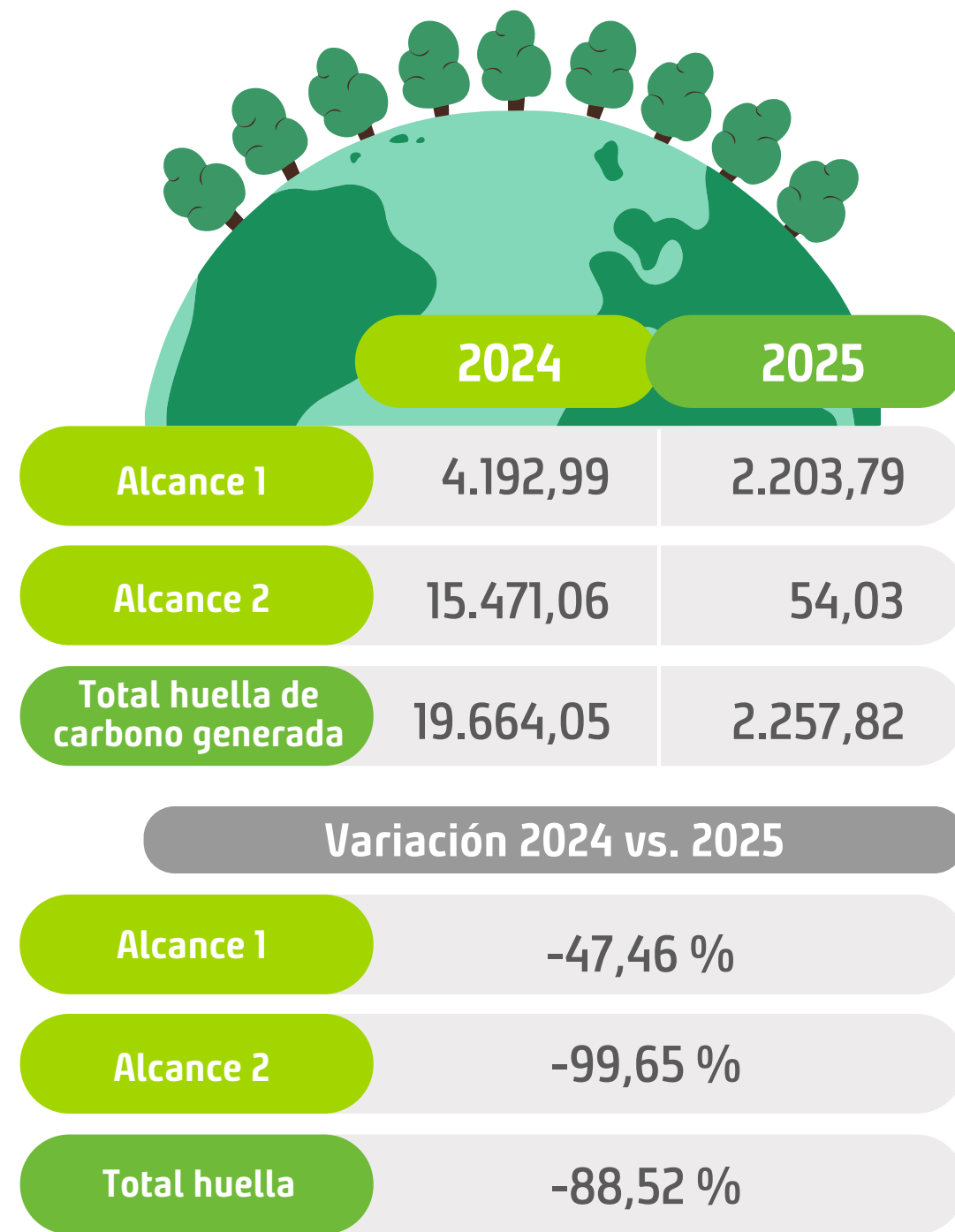
Inventario de gases de efecto invernadero (GEI):

- **Alcance 1:** Emisiones directas
Se trata de las emisiones generadas directamente por nuestras operaciones, principalmente por el uso de combustibles fósiles en equipos y sistemas que dependen de energía propia.
- **Alcance 2:** Emisiones indirectas
Incluye las emisiones asociadas a la electricidad que adquirimos y consumimos en nuestras instalaciones. Aunque no se producen de manera directa en nuestros centros de trabajo, forman parte de la huella de carbono total de la compañía.

Estrategias de gestión de la huella de carbono



Huella de carbono t CO₂eq



Para Homecenter, 2025 representó un punto de inflexión ambiental. Tras cerrar 2024 con una huella de carbono de 19.664,05, resultado afectado por el uso de plantas a diésel ante fallas en el suministro eléctrico, la organización consolidó una reducción histórica del 88,52 % en su impacto ambiental.

Este avance fue posible gracias a la transición hacia energía renovable bajo el estándar I-REC (*The International Tracking Standard Foundation*). Actualmente, todas nuestras sedes operan con fuentes limpias, con excepción del CEDIS Madrid, lo que permitió una disminución drástica del 99,65 % en las emisiones de alcance 2.

Como resultado, la huella total de 2025 se situó en 2.256,94, con una reducción del 47,46 % en el alcance 1. Como reafirmación de nuestro compromiso, compensamos el 100 % de la huella generada en el periodo mediante bonos de carbono vinculados con proyectos forestales colombianos, impulsando la conservación de ecosistemas y el desarrollo de comunidades rurales.

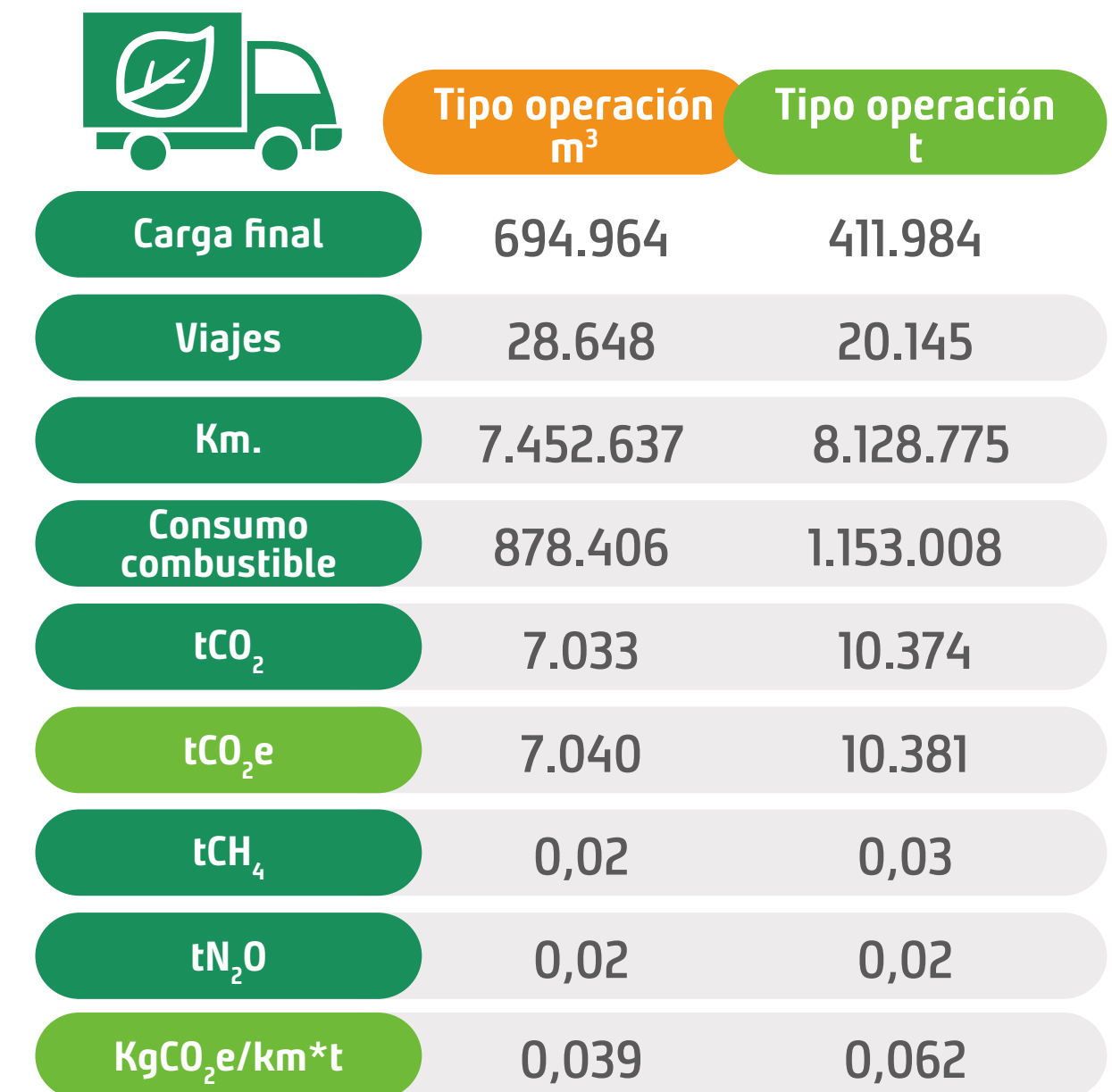


Huella de carbono en el transporte

En 2025 avanzamos en la medición de las emisiones indirectas generadas en nuestra cadena de valor, especialmente en el transporte de larga distancia, una de las principales fuentes de impacto ambiental. Estas emisiones, conocidas como alcance 3, incluyen actividades que no ocurren directamente en nuestras operaciones, como la compra de productos o los viajes corporativos. Medirlas nos permite entender mejor nuestro impacto y fortalecer la gestión de nuestra huella de carbono.



Ecoindicador del transporte





Impacto del transporte

- **Uso de combustibles fósiles:** evaluamos el consumo de combustibles fósiles en nuestras operaciones logísticas, identificando brechas y oportunidades para avanzar hacia combustibles alternativos, motores más eficientes y soluciones tecnológicas que permitan una transición energética real y medible.
- **Emisiones de carbono:** realizamos una medición de las emisiones generadas por el transporte, para diseñar estrategias de reducción con impacto directo en nuestra huella de carbono.
- **Consumo energético:** evaluamos los consumos energéticos vinculados con las operaciones de transporte e impulsamos medidas enfocadas en maximizar la eficiencia energética, reducir pérdidas y adoptar tecnologías emergentes que nos acerquen a una logística de cero emisiones.
- **Ruido y vibración:** analizamos los niveles de ruido y vibración generados por la operación de transporte, diseñando estrategias que protejan la calidad de vida de las comunidades y contribuyan al bienestar ambiental.

Acciones para reducir emisiones

- **Análisis de la cadena de transporte:** revisamos el desempeño ambiental de los transportadores desde puertos hasta centros de distribución y tiendas, pasando por movimientos intercentros.
- **Identificación de variables:** Identificamos los factores más determinantes que afectan las emisiones, teniendo en cuenta el tipo de vehículo, eficiencia de rutas, cargas, tiempos de operación, tecnologías utilizadas y hábitos de conducción.
- **Plan de acción por etapas:** diseñamos estrategias a corto, mediano y largo plazo para reducir emisiones, aumentar la eficiencia y preparar la cadena logística para los retos climáticos y regulatorios de la década.
- **Trabajo colaborativo con transportistas:** avanzamos junto a nuestros socios logísticos en la implementación de soluciones sostenibles, promoviendo capacitación, nuevas tecnologías, buenas prácticas operativas y transición energética progresiva.



Certificación ISO 14001:2015

La disciplina y el rigor en nuestro Sistema de Gestión Ambiental nos permitió alcanzar la recertificación ISO 14001:2015 en 42 tiendas y tres centros de distribución. Tras un ciclo de auditorías internas orientadas a la mejora continua, validamos la eficacia de nuestras políticas y detectamos puntos clave para fortalecer la operación. Este logro consolida una cultura de responsabilidad y seguridad ambiental impulsada por la convicción de nuestros colaboradores.

Economía circular

En Homecenter y Constructor impulsamos la economía circular como un eje estratégico para optimizar recursos y generar valor en nuestra cadena operativa. Bajo los principios de reducción, reutilización y reciclaje, gestionamos eficientemente materiales y residuos para extender su ciclo de vida y minimizar nuestra huella ambiental. Durante 2025 fortalecimos este modelo en las operaciones, consolidando procesos de valorización de residuos y mitigación

de impactos, en línea con nuestro compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia operativa.

Frentes estratégicos

Trabajamos bajo un modelo de economía circular que impulsa la transformación de materiales y procesos. Para ello, avanzamos en cinco frentes clave que nos permiten cerrar ciclos, reducir residuos y generar valor en toda la operación.



Resultados 2025

Aprovechamiento de llantas usadas como combustible alternativo (TDF)

En el período fortalecimos nuestro modelo de economía circular en alianza con Sistema Verde, organización que asume la recolección, gestión y valorización de llantas usadas en nuestras tiendas. Estos residuos se transforman en combustible derivado de llantas (TDF), un energético alternativo utilizado en hornos cementeros como los de Alión-Ecoldecem. Esta iniciativa permite sustituir combustibles fósiles tradicionales, reduciendo la huella ambiental del sector.



Aprovechamiento de residuos como CDR

En 2025 dimos un paso adelante en nuestra forma de gestionar los residuos. Lo que antes terminaba en un relleno sanitario, hoy se transforma en energía que impulsa una industria más limpia. Gracias a nuestra alianza con Sistema Verde, los residuos no reciclables de nuestras tiendas Homecenter se someten a un proceso de trituración, mezcla y formulación para convertirse en combustible derivado de residuos (CDR). Este combustible alternativo alimenta los hornos cementeros de Alión (Ecoldecem), reduciendo la necesidad de carbón y disminuyendo nuestra huella ambiental.

El aprovechamiento de residuos cobija aquellos materiales que anteriormente eran clasificados como residuos ordinarios y/o no aprovechables, los cuales iban directamente a rellenos sanitarios. Gracias al programa, logramos gestionarlos de forma adecuada para su valorización y reincor-

poración en nuevos procesos, evitando así su disposición final y mejorando nuestro desempeño ambiental.



Beneficios

- Menos residuos en rellenos sanitarios: cada kilo valorizado evita su disposición final, reduciendo lixiviados, riesgos ambientales e impactos asociados.
- Menos emisiones: el CDR puede reducir hasta 30 % de CO₂ frente al carbón, disminuyendo el uso de combustibles fósiles.
- Más eficiencia energética: el procesamiento en hornos cementeros puede ahorrar hasta 20 % de energía frente al método tradicional.
- Más circularidad: aprovechamos residuos que no tenían destino útil y los reintegramos a la cadena productiva como energía.

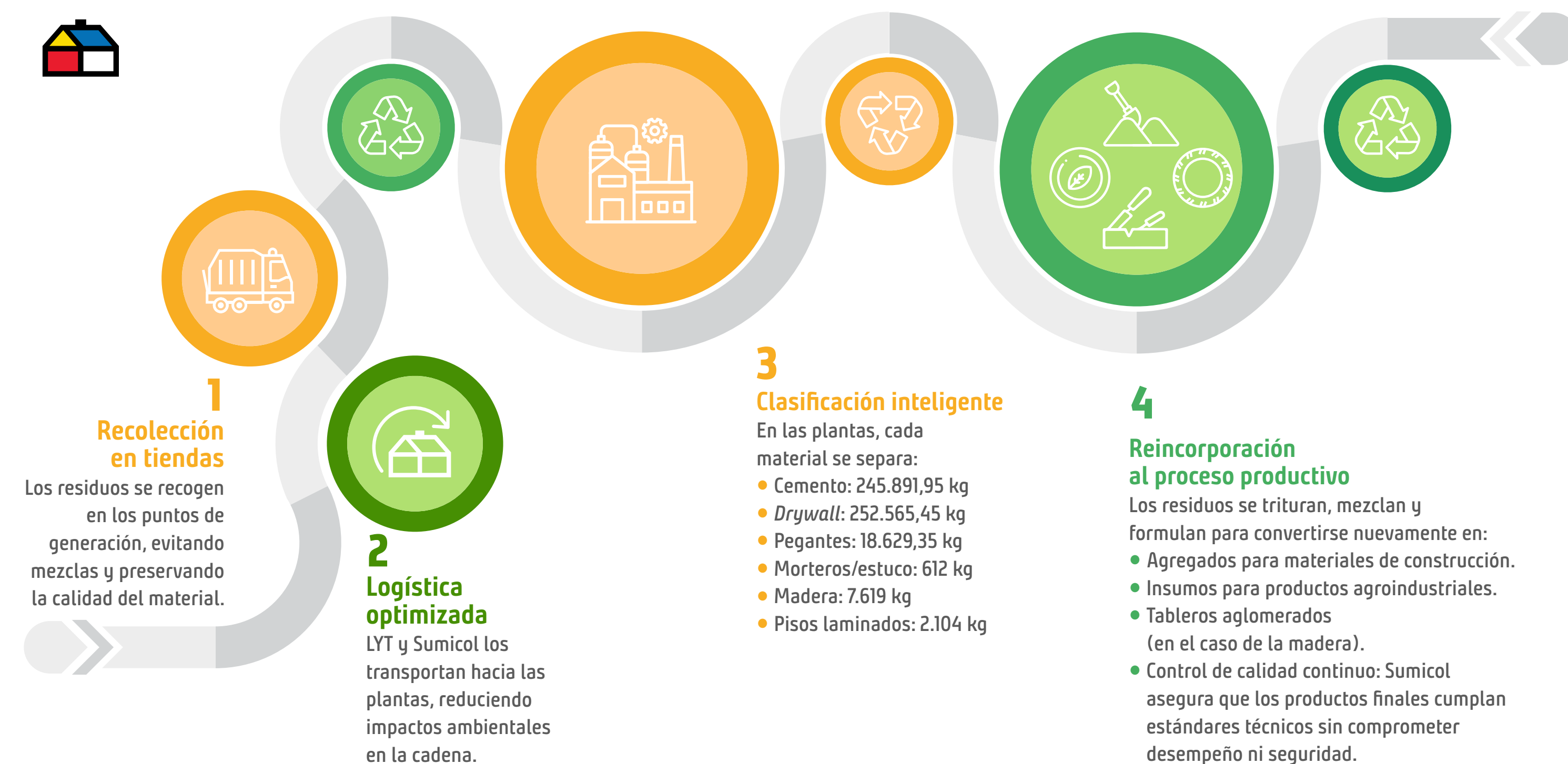




Aprovechamiento de residuos especiales

En 2025 dimos un paso decisivo para transformar los residuos especiales de nuestras tiendas Homecenter. Materiales que tradicionalmente se consideran “problema” —como polvos de cemento, pegantes, estucos, *drywall*, aserrín y madera—, hoy se convierten en insumos que regresan a la industria como productos útiles. Esto es posible gracias a nuestro trabajo conjunto con LYT y Sumicol, empresas del Grupo Corona, que nos ayudan a cerrar el ciclo de materiales a través de un sistema integral de recolección, clasificación y reincorporación productiva.

¿Cómo funciona esta transformación?



Contribuciones al medioambiente

- Residuos que no llegaron a un relleno: cada kilo valorizado es un kilo menos en el suelo, menos contaminación y menos presión sobre la infraestructura pública.
- Menos extracción de materias primas: al usar residuos como insumos, disminuimos la demanda de minerales vírgenes.
- Reducción de huella de carbono: el aprovechamiento de madera evitó 6.515 tCO₂e frente a la incineración tradicional.
- Circularidad tangible: no es teoría, son productos reales hechos con residuos reales.
- La madera también vuelve a nacer: en alianza con LYT y Ecotransportes, recuperamos residuos de madera de nuestras tiendas en Bogotá y Cundinamarca.

Resultados en cifras



Ciclo de vida del producto

En 2025 fortalecimos nuestro enfoque de sostenibilidad aplicándolo a lo largo del ciclo de vida de los productos que comercializamos. Este enfoque nos permite reducir la generación de residuos, aprovechar mejor los materiales y minimizar los impactos ambientales vinculados con su uso y disposición final.

Como parte de nuestra responsabilidad extendida, impulsamos procesos para recuperar y valorizar los materiales que retornan a nuestras tiendas y centros de trabajo, integrándolos nuevamente a cadenas productivas cuando es posible. Este modelo nos acerca a una operación más circular, en la que los recursos permanecen en uso por más tiempo y su valor se conserva.

En 2025 consolidamos los sistemas de economía circular que hacen parte de nuestra estrategia ambiental, con énfasis en el programa de posconsumo. Este programa se guía por las cuatro *eres* (r), principios que orientan nuestra gestión responsable: reducir, reutilizar, reciclar y recuperar.

La iniciativa nos permite avanzar hacia un modelo operativo más eficiente y consciente, ajustado a las tendencias globales que promueven la circularidad como camino para proteger los recursos y generar valor para las personas y el entorno.

Formación Ambiental 2025

En 2025 llevamos nuestra cultura ambiental a otro nivel, pues formamos más colaboradores, invertimos más tiempo, más contenidos y más intención en construir conocimiento que transforma la operación y protege el planeta.

La sostenibilidad se construye, se aprende, se enseña y se practica en cada paso



Adicionalmente, realizamos capacitaciones específicas para los líderes de seguridad y salud en el trabajo, así como para los gerentes de cada centro de trabajo. Los temas tratados en estas sesiones fueron:

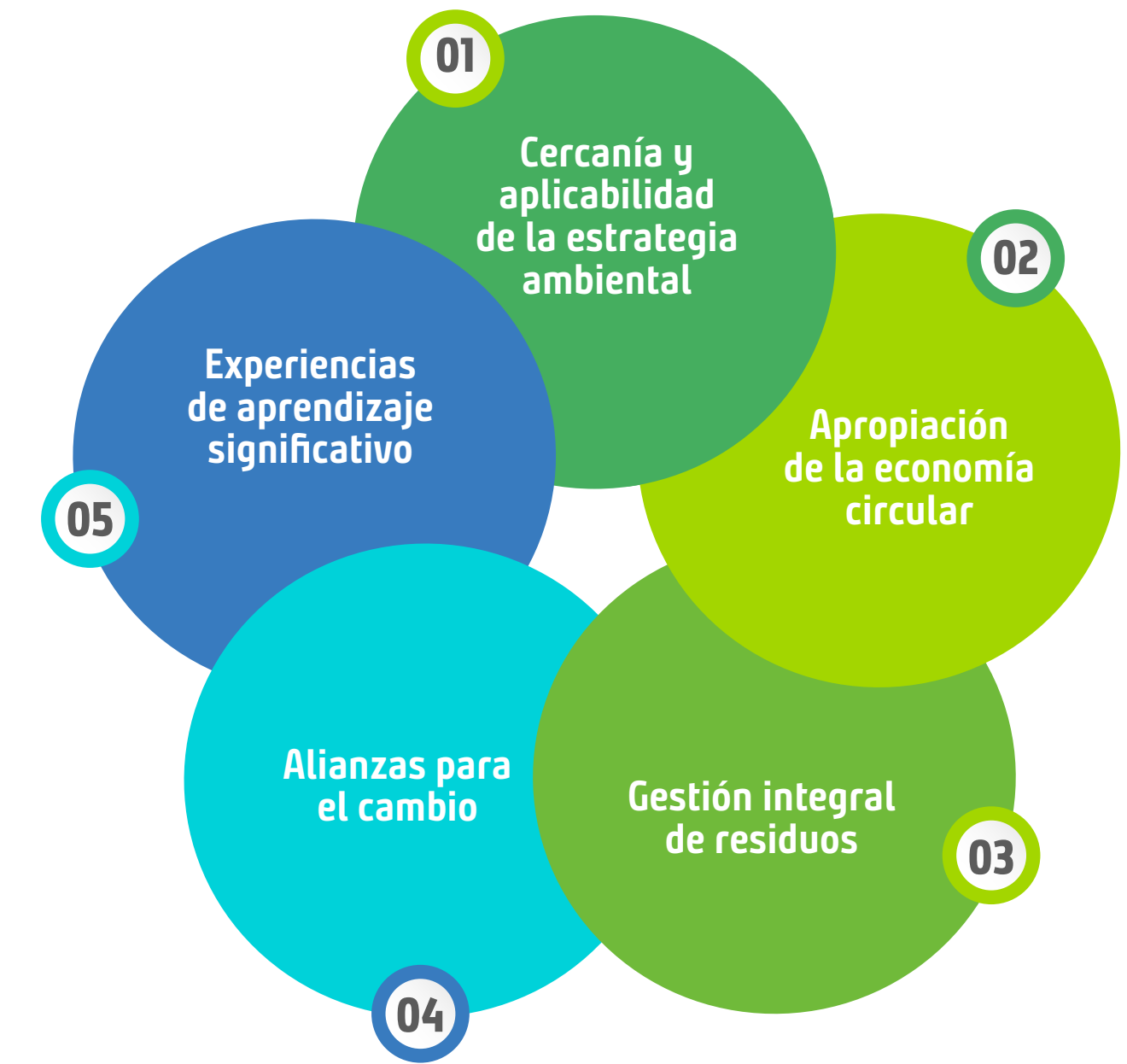
- Visita de autoridades ambientales
- Auditoría ambiental
- Contexto de la organización
- Programas posconsumo (RAEE- luminarias)
- Reinducción al Sistema de Gestión Ambiental (SGA)
- Análisis de causas
- Análisis del ciclo de vida

Ecoencuentros 2025

En 2025 transformamos nuestra estrategia de formación ambiental con el lanzamiento de los Ecoencuentros. Este programa evolucionó a un modelo más dinámico y participativo, diseñado para ejecutar acciones y fortalecer el compromiso con la sostenibilidad dentro y fuera de la organización. Este espacio educativo se posicionó como una plataforma de aprendizaje y movilización, integrando a colaboradores, clientes, gestores ambientales, aliados y entidades públicas bajo un propósito común: el cuidado del entorno desde la acción colectiva.



Pilares estratégicos



- **Cercanía y aplicabilidad de la estrategia ambiental:** socializamos temas como cambio climático, economía circular y eficiencia de recursos.
- **Apropiación de la economía circular:** promovemos un entendimiento sobre cómo extender la vida útil de los productos mediante la reparación, reutilización y reciclaje, bajo la premisa de que los materiales pueden reintegrarse a nuevos ciclos de valor.
- **Gestión integral de residuos:** fortalecemos el conocimiento sobre la correcta separación y disposición responsable, visibilizando el impacto directo que estas acciones tienen en la reducción de emisiones y la preservación del territorio.
- **Alianzas para el cambio:** articulamos esfuerzos con autoridades locales, cámaras de comercio y aliados estratégicos. Esta sinergia permitió a los asistentes acceder a normativas actualizadas, casos de éxito y herramientas que amplifican nuestra cultura ambiental en el ámbito regional y nacional.
- **Experiencias de aprendizaje significativo:** transformamos la capacitación tradicional en vivencias que generan recordación y motivan cambios de hábito permanentes en todos los grupos de interés.





Trabajo en territorio

En 2025 fortalecimos nuestra presencia y acción ambiental en las regiones, trabajando de la mano con nuestros gestores ambientales, proveedores y guardianes ambientales, lo que permitió identificar oportunidades, reducir impactos y aprender sobre iniciativas locales y regionales, promoviendo la cultura ambiental. Lo hicimos en los siguientes centros de trabajo:



Participación en escenarios académicos y técnicos

En 2025 consolidamos nuestra presencia en los principales escenarios de sostenibilidad de Colombia para intercambiar conocimientos y fortalecer la colaboración sectorial: en la Universidad de Medellín presentamos casos de éxito en economía circular y cultura corporativa, vinculando la academia con la realidad operativa; en la Cumbre de Sostenibilidad (CAR), participamos en el diálogo nacional sobre soluciones circulares, gestión de residuos y retos ambientales colectivos, y en ConstruVerde compartimos nuestra experiencia en infraestructura ecoeficiente y el impacto de nuestras certificaciones LEED y EDGE en la mitigación del cambio climático.



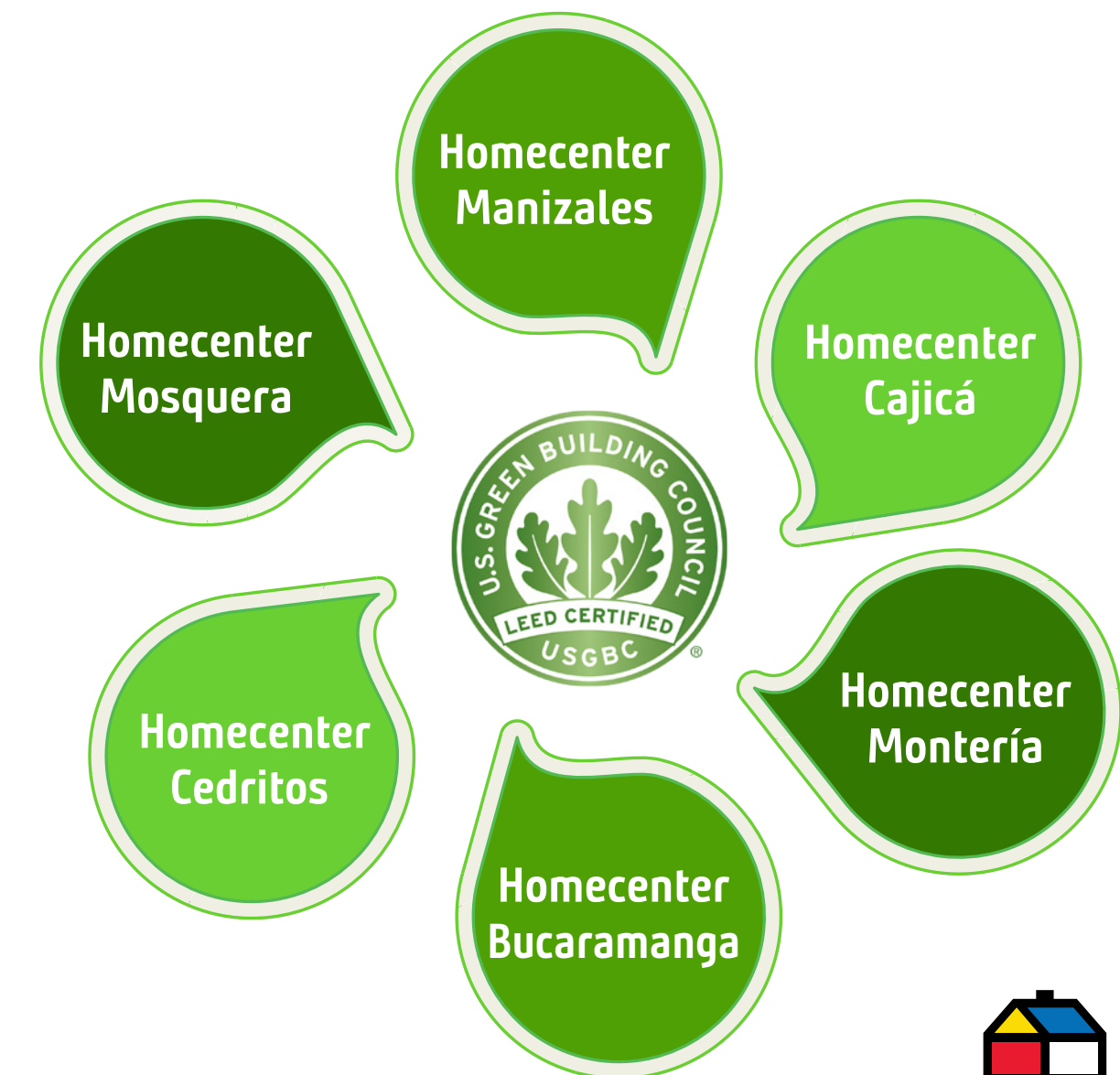
Construcciones sostenibles

En 2025 consolidamos nuestra visión de infraestructura responsable mediante construcciones sostenibles que minimizan el impacto ambiental y crean entornos de alta eficiencia. Bajo el principio de 'construir mejor para consumir menos', implementamos soluciones tecnológicas y materiales de bajo impacto que optimizan el uso de energía y agua. A través de sistemas inteligentes de gestión, dispositivos de ahorro hídrico y diseños bioclimáticos que aprovechan la iluminación y ventilación natural, se fortalece la eficiencia operacional y se mitigan las emisiones.

Nuestras tiendas LEED

Seis tiendas Homecenter cuentan con certificación LEED (*Leadership in Energy & Environmental Design*), uno de los estándares internacionales más reconocidos en construcción sostenible. Este sello garantiza que operamos bajo criterios rigurosos de eficiencia energética, gestión del agua, calidad ambiental interior, selección de materiales responsables y reducción de emisiones.

Nuestra tienda en Mosquera es un referente en operación sostenible, porque integra la sostenibilidad desde su origen. Destaca por el uso de un 40 % de materiales reciclados en su construcción y un ahorro hídrico del 66 % mediante recolección de aguas lluvias y gestión inteligente. En cuanto a energía, el 42 % de su consumo se cubre con iluminación y ventilación natural (diseño bioclimático), mientras que el 30 % proviene de paneles solares, complementados con tecnología led y controles automáticos.



Certificación EDGE

Nuestras tiendas en Tunja y Mosquera cuentan con la certificación EDGE, un estándar que avala reducciones del 21 % en energía, 37 % en agua y 31 % en energía incorporada en materiales. Gracias a estas eficiencias, cada una de las sedes mencionadas evita la emisión de 71,13 toneladas de CO₂ al año, consolidando nuestra apuesta por infraestructuras que actúan como herramientas de cambio climático.

Proveedores, *aliados estratégicos*

Gracias a nuestros proveedores, nos hemos posicionado como referentes en la satisfacción de las necesidades de un mercado cada vez más tecnificado y exigente. Por ello, trabajamos en la adopción de programas y planes que, además de fortalecer nuestra relación con la cadena de suministro, brindan soluciones operativas, de gestión y de comunicación eficientes.





El relacionamiento con nuestros proveedores es clave para asegurar la calidad, disponibilidad y eficiencia de nuestro portafolio de productos. Su capacidad para integrarse a sistemas digitales, entregar información precisa y responder con oportunidad permite sostener nuestra omnicanalidad. Además, son aliados fundamentales para impulsar innovación, desarrollar soluciones sostenibles y mejorar costos y procesos.

En 2025 hicimos frente a desafíos marcados por la necesidad de asegurar trazabilidad, garantizar prácticas laborales responsables, cumplir estándares ambientales y adaptarnos a procesos de digitalización. Por ello, nuestra cadena de suministro evoluciona de manera ininterrumpida. Esto implica acompañar a nuestros proveedores para que fortalezcan sus capacidades, mantengan su competitividad y respondan a un entorno cada vez más complejo y exigente, a través de programas de formación, comunicación, desarrollo y evaluación constante.

Dentro de los procesos de negociación y compras, alcanzamos la meta de ahorro proyectada para 2025. El ahorro de \$28.255 millones, representa una contribución directa al P&G corporativo, reflejando eficiencias tangibles en la estructura de costos y una reducción efectiva del gasto ope-



rativo asociado a la contratación de bienes y servicios. Este resultado no solo fortalece la rentabilidad de la compañía, sino que también evidencia la madurez del modelo de abastecimiento, la efectividad de las estrategias de negociación y la disciplina en la gestión del presupuesto.

Soluciones que mejoran la gestión

Programas y herramientas para la gestión de proveedores

Sin lugar a dudas, el Hub de Proveedores, creado en 2019, se ha consolidado como una plataforma estratégica para la gestión y articulación con socios comerciales. Este sistema digital integra procesos de registro, evaluación y operación, fortaleciendo la eficiencia, transparencia y trazabilidad en la cadena de abastecimiento.

A través de esta herramienta, los aliados pueden actualizar su información, participar en procesos de compra, gestionar cotizaciones y mantener datos de contacto al día. Además, el Hub es un soporte clave para los modelos de negocio Marketplace (MKP), Fulfillment by Seller (FBS), XB (Experiencia de Compra), AXM y Retail, impulsando su desarrollo desde los frentes comercial, logístico, operativo y tecnológico.

En 2025 se registró un crecimiento del 45 % en las órdenes de compra transmitidas, indicador de una mayor eficiencia y de un incremento en el volumen operativo. De igual forma, las guías generadas para el Marketplace aumentaron un 28 %, lo que evidencia el fortalecimiento continuo de la gestión logística.



Adicionalmente, se codificaron más de 19.000 SKU cross-border mediante integración, un aumento del 49 % frente al año anterior que confirma la consolidación de las capacidades digitales y del ecosistema comercial. Con este avance, el Marketplace alcanzó un total de 178.000 SKU activos, reflejando una oferta más amplia y diversa para los usuarios.

FULLFILLMENT

+1.800 *skus* en el modelo

\$121 millones en ventas, un 45 % más que en 2024

CROSSBORDER

+52.000 *skus* en el modelo

\$6.399 millones en ventas

17 *sellers* en el modelo

Dentro del Hub se encuentra la Academia de Aliados. Este canal nos permite optimizar la gestión del negocio de nuestros proveedores. Allí hay contenidos prácticos y actualizados que nos ayudan a impulsar la autogestión y fortalecer su desempeño en la plataforma, proporcionando herramientas para crecer con confianza.

El programa incluye contenidos como *Marketplace*, logística, *fulfillment*, pagos, posventa, normativa, comunicación y

gestión comercial. Cada módulo está diseñado para potenciar la relación comercial con Homecenter. Incluye, además, 73 recursos formativos y 67 videos explicativos, creados para acompañar a nuestros aliados en la mejora continua de sus procesos y en la optimización de su experiencia.

En 2025 dimos un paso más allá y diseñamos un curso interactivo sobre sostenibilidad para proveedores, que incluyó: conceptos esenciales para comprender la sostenibilidad, marcos normativos aplicables, guía práctica para iniciar el camino hacia la sostenibilidad e información sobre los programas de responsabilidad social de Homecenter.

	Proveedores formados	Cursos para proveedores
2024	785	121
2025	330	148



Fortalecimiento de capacidades

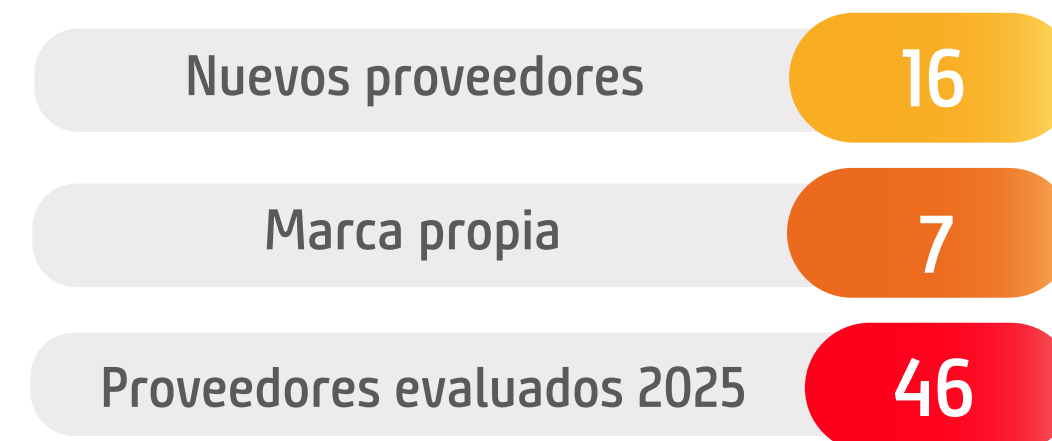
Con el propósito de capacitar y brindar más y mejores herramientas a nuestros socios comerciales, durante 2025 realizamos ocho webinars que contaron con la participación de 189 proveedores y en los que se abordaron temas como ciberseguridad, inclusión, reporte ambiental, SAGRI-LAFT e innovación, entre otros. Asimismo, seguimos fortaleciendo alianzas que transforman realidades. Junto a instituciones académicas y empresariales, creamos espacios de acompañamiento especializado que impulsan el crecimiento sostenible de nuestros proveedores.

Con la Universidad Externado de Colombia impartimos los programas Primeros Pasos en Responsabilidad Social Empresarial y Plan Padrinos, que les permitieron a nuestros proveedores recibir consultoría personalizada, guiada por el talento y la visión innovadora de estudiantes universitarios. Y con la Cámara de Comercio de Bogotá y empresas aliadas, mediante el programa Todos Unidos, promovimos el aprendizaje colaborativo con webinars y asesorías personalizadas, a cargo de voluntarios expertos en el desarrollo integral de los proveedores. Estos programas beneficiaron en 2025 a 103 proveedores de Homecenter.

En cumplimiento de la filosofía propia de capacitar a nuestros socios comerciales, desarrollamos el programa Impactum, que tiene como propósito ampliar el conocimiento de los proveedores directos e indirectos sobre la gestión sostenible de la cadena de abastecimiento. Impactum es un puente para conectar cadenas de suministro y multiplicar beneficios. A través de sesiones formativas, capacitamos a proveedores indirectos en los tres pilares que sustentan la sostenibilidad: ambiental, social y de gobernanza. Además, contamos con el acompañamiento de expertos externos que enriquecen cada encuentro, transformando la teoría en acciones concretas que impulsan un futuro más responsable y colaborativo. Este programa contribuyó a la capacitación de 14 proveedores directos y 21 indirectos.

A través de Sedex (plataforma global de trazabilidad y ética en cadenas de suministro), logramos identificar fortalezas y áreas de mejora en las prácticas éticas y socialmente responsables de nuestra cadena de abastecimiento, que incluyen el respeto a normativas, la prevención de riesgos laborales, la gestión medioambiental y la ética comercial.

Proveedores evaluados 2025



Gestión integral de proveedores

Boletín de proveedores

Uno de los canales de comunicación con nuestros proveedores es el boletín mensual, puente informativo con más de 3.000 proveedores de las categorías de hogar y construcción. Esta herramienta es un espacio para compartir, aprender y construir juntos una cadena de valor efectiva y acorde con las necesidades actuales. Este canal nos permite informar a los aliados sobre las novedades de la compañía, el contexto nacional y nuestras acciones en sostenibilidad. Promovemos la transparencia, el aprendizaje continuo y el desarrollo colaborativo.

Secciones





Sodimac Media

Creamos espacios diseñados para conectar a nuestros aliados con sus clientes. Estas iniciativas fomentan la interacción y propician oportunidades para desarrollar estrategias de comunicación más efectivas y creativas, lo cual fortalece la presencia de las marcas en el mercado.

Cada encuentro sirve como plataforma para generar cercanía, posicionar productos y construir relaciones duraderas. Nuestro enfoque se basa en cuatro pilares que acompañan a los proveedores en el ciclo de conexión con el cliente:

- *Awareness*: dar visibilidad y reconocimiento para que los clientes descubran la marca y sus productos.
- *Consideración*: lograr que más personas incluyan la marca dentro de sus opciones de compra.
- *Conversión*: impulsar las ventas, motivando a quienes ya consideran la marca a concretar su decisión.
- *Lealtad*: fomentar la fidelidad para que los clientes sigan vinculados y mantengan su elección por la marca.



Con la Academia Sodimac Media acompañamos a nuestros aliados para que desarrollen su potencial. Diseñamos espacios de formación que consolidan sus estrategias de marca y garantizan un crecimiento sólido y confiable.

Mediante encuentros presenciales, facilitamos el intercambio de experiencias y la aplicación inmediata de herramientas prácticas que aceleran el crecimiento sostenible de sus negocios.

Más que espacios de conversación, son motores de innovación, plataformas de aprendizaje en las que cada aliado encuentra el impulso necesario para evolucionar y diferenciarse competitivamente en el mercado.

Evaluación y mejora continua

Con el propósito de conocer la experiencia de nuestros proveedores, contamos con indicadores de evaluación y seguimiento que hacen evidentes sus necesidades y desafíos. Es una herramienta que nos permite alcanzar una mayor transparencia, calidad, ética, colaboración y simplificación de procesos, así como una relación más ágil y cercana con nuestros socios estratégicos.

Este acompañamiento se complementa con un proceso de escucha a través del NPS Seller, indicador que mide la experiencia de nuestros proveedores, y el CSAT (Customer Satisfaction Score), que permite conocer la percepción de los nuevos *sellers* sobre los procesos del Marketplace. Con base en estos resultados, implementamos mejoras orientadas a simplificar trámites, optimizar tiempos y fortalecer el apoyo durante las etapas iniciales.



136 CSAT *sellers* nuevos

Negociación comercial 4,8

Codificación de productos 4,4

Cargue de inventario 4,8

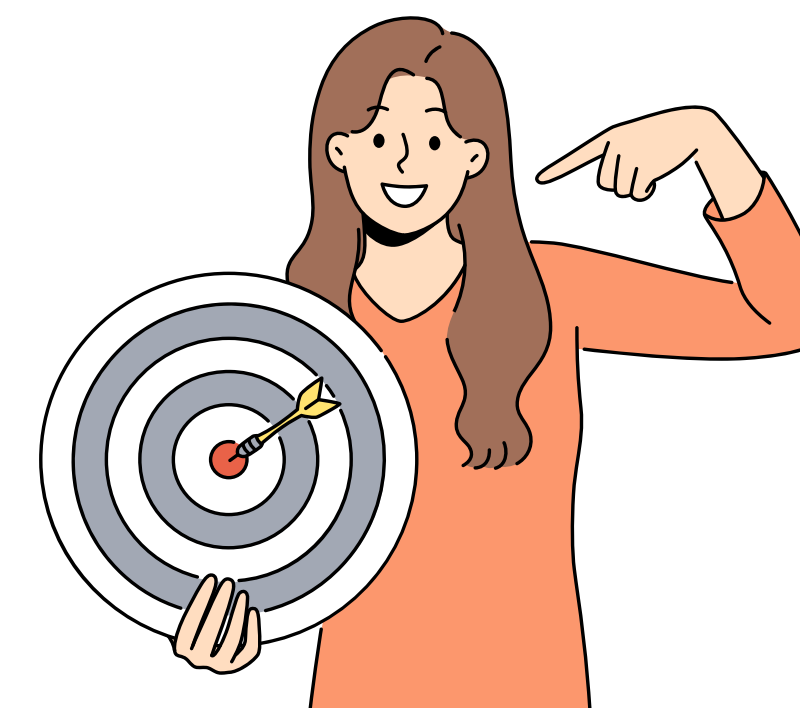
Solución de novedades 4,6

Registro *On Boarding* 4,8

Herramientas de aprendizaje 4,7

Gestión despacho TERA OC 4,9

Claridad proceso 4,7



NPS *sellers* nuevos

2024 62

2025 73





Insights mejor calificados 2025



Insights con oportunidad 2025



Contribuimos al desarrollo del país

Como parte esencial de nuestra cadena de valor, en 2025 continuamos impulsando la industria nacional, el talento y la producción local. Ampliamos oportunidades comerciales para que más proveedores colombianos participen y, con su trabajo y calidad, contribuyan al desarrollo económico del país. Este esfuerzo fortalece la economía local y genera relaciones de confianza que potencian el crecimiento conjunto.



	Proveedores nacionales	Proveedores internacionales	Total
2024	546	1.214	1.760
2025	539	1.262	1.801

Durante 2025, el 86,3 % del total de nuestras compras se realizó a proveedores nacionales, reafirmando nuestro compromiso con la economía local.

Proveedores	2024	2025
Nacionales	\$4.363.161.802.568	\$4.994.401.825.136
Otros países	\$892.155.669.338	\$795.548.220.868
Total	\$5.255.317.471.906	\$5.789.950.046.004

Asimismo, ratificamos nuestro compromiso con el crecimiento y el desarrollo de las empresas colombianas, construyendo relaciones comerciales basadas en transparencia y condiciones justas. Nuestro propósito es acompañar a cada aliado para que fortalezca su liquidez y consolide su negocio con confianza y estabilidad. Para las pymes, ofrecemos plazos de pago de hasta 30 días, facilitando la gestión del capital de trabajo y promoviendo su continuidad. En el caso de grandes empresas, establecemos acuerdos específicos que responden a la naturaleza de cada relación y a las condiciones de negociación, asegurando vínculos sólidos y beneficios compartidos.

	2024	2025
Número de pymes	1.825	2.167
Número de pymes con pago <30 días	1.573	1.668

Adicionalmente, desarrollamos iniciativas de beneficio mutuo, como las Mesas Colaborativas, espacios de cocreación que fortalecen la relación con nuestros proveedores. En estas mesas trabajamos para optimizar procesos clave, abordando temas como empaques y embalajes, entregas, frecuencias de pedido y logística de distribución. Pero vamos más allá: ofrecemos herramientas, conocimiento y acompañamiento para que cada aliado mejore su eficiencia, reduzca costos y adopte prácticas sostenibles. Nuestro objetivo es impulsar la innovación, la competitividad y el crecimiento de sus negocios, consolidando una cadena de valor más sólida y preparada para el futuro.





Comercio de productos artesanales

Durante 2025 logramos vender \$1.684.030.938 en productos artesanales, reafirmando nuestro propósito de impulsar el talento local y apoyar a microempresarios que transforman tradición en arte. Gracias a organizaciones como la Promotora de Comercio Social, nuestros clientes pudieron hacerse a estas piezas únicas, que llevan consigo historias, cultura y el valor de lo hecho a mano. Cada venta es más que un producto: es una oportunidad para fortalecer comunidades y celebrar la riqueza creativa de nuestro país.

En 2025 presentamos una nueva línea de la colección Artesanos elaborada con esparto, una fibra natural de los páramos colombianos. Esta iniciativa hace parte de nuestra estrategia para promover artesanías auténticas y diseños exclusivos, generando valor cultural y económico. Con esta colección respaldamos el trabajo de más de 150 familias artesanas de Cerinza (Boyacá), quienes transforman el esparto en piezas únicas como jarrones, individuales, portavasos y canastos, entre otros productos que reflejan tradición e innovación.



ARTESANOS
— Colección —
ESPARTO

Del corazón de Boyacá, a tu lugar favorito.

Haz parte de esta tradición y apoya a 150 familias de artesanos.

pcs promotora de comercio social

Sostenibilidad como eje estratégico

Productos ECO

Esta iniciativa tiene como objetivo reconocer y destacar aquellos artículos que, por su diseño o características, contribuyen a un mundo más sostenible. Ya sea por generar un menor impacto ambiental o por aportar beneficios sociales, estos productos representan una oportunidad para transformar hábitos de consumo.

Al promocionarlos, brindamos a nuestros clientes información clara, transparente y confiable que les permite tomar decisiones de compra más conscientes y alineadas con sus valores.

A través de nuestra página web y tiendas, los clientes pueden conocer las características y beneficios de los productos ECO (ecoamigables), que incluyen materiales de construcción reciclados, pinturas ecológicas, electrodomésticos con eficiencia energética, sistemas de iluminación led y mobiliario fabricado con materias primas de origen responsable.

En 2025 esta categoría registró un crecimiento significativo: aumentamos en 58 % la cantidad de SKUs y las ventas



asociadas a estos productos crecieron un 43 %, reflejando un mayor interés de nuestros clientes por alternativas más sostenibles.

Además, se desarrollaron dos espacios de formación y acompañamiento para proveedores, orientados a dar a conocer la estrategia. Esta iniciativa impulsa una cultura de consumo consciente, fomenta la transparencia en la oferta de productos sostenibles y contribuye al fortalecimiento de una cadena de valor más responsable con el medioambiente y las personas.

- 117 proveedores con productos ECO
- 8.256 SKU

Validación técnica de los productos bajo seis criterios principales



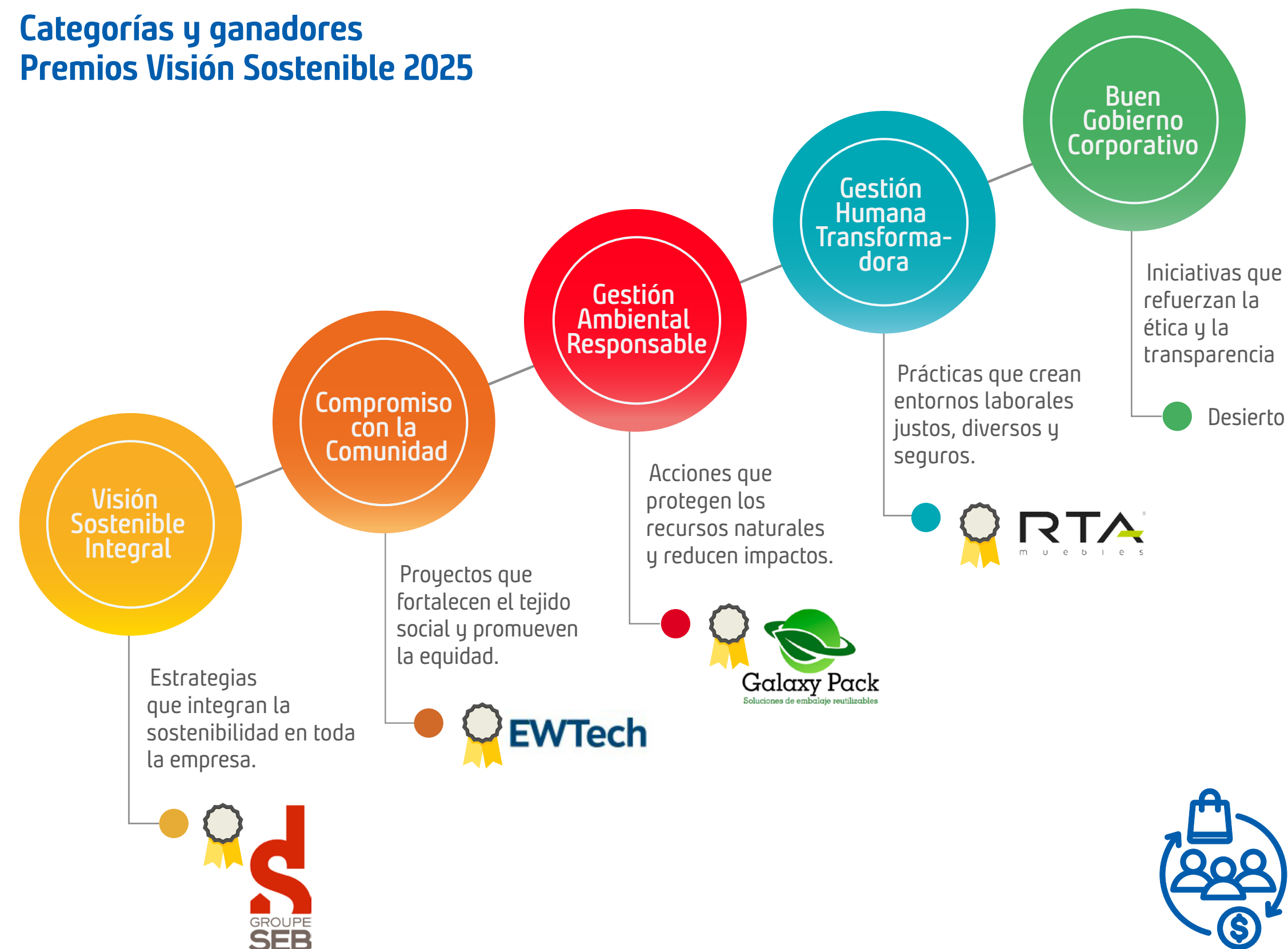
Premio Visión Sostenible

En 2025 celebramos la sexta edición del Premio Visión Sostenible, una iniciativa que destaca el compromiso y las acciones que generan impacto positivo en nuestra cadena de valor. Esta edición incluyó cinco categorías que reflejan los pilares de una gestión responsable.

Un jurado conformado por expertos internos y externos seleccionó a los ganadores entre 58 proveedores inscritos, de los cuales 28 presentaron propuestas con resultados tangibles y una visión orientada al futuro.



Categorías y ganadores Premios Visión Sostenible 2025



Los clientes, nuestro compromiso

En Homecenter creemos que cada producto que llega a nuestros clientes debe reflejar seguridad, sostenibilidad y respeto por el planeta. Por tanto, trabajamos en construir una cadena de valor que inspire confianza y genere resultados positivos. Evaluamos a nuestros proveedores y realizamos auditorías que garantizan el cumplimiento de los más altos estándares éticos, sociales y ambientales.

Como parte de este compromiso, implementamos procesos de verificación que aseguran la transparencia y la responsabilidad en toda la cadena. Nuestros proveedores firman una declaración de compromisos que contempla prácticas alineadas con normativas nacionales e internacionales, abarcando derechos humanos, salud y seguridad laboral, *marketing* responsable, aprovisionamiento sostenible y mitigación de impactos ambientales. Estas acciones nos permiten ofrecer productos confiables, reducir riesgos y promover el desarrollo local, fortaleciendo una gestión ética y sostenible.

En 2026 seguiremos trabajando en el mejoramiento y actualización de los procesos con nuestros proveedores, con mejoras a los programas que nos permitan responder a las exigencias de nuestros clientes; también lo haremos con el fortalecimiento de las capacidades de los mismos proveedores, para que cada día seamos más competitivos en calidad y precio.

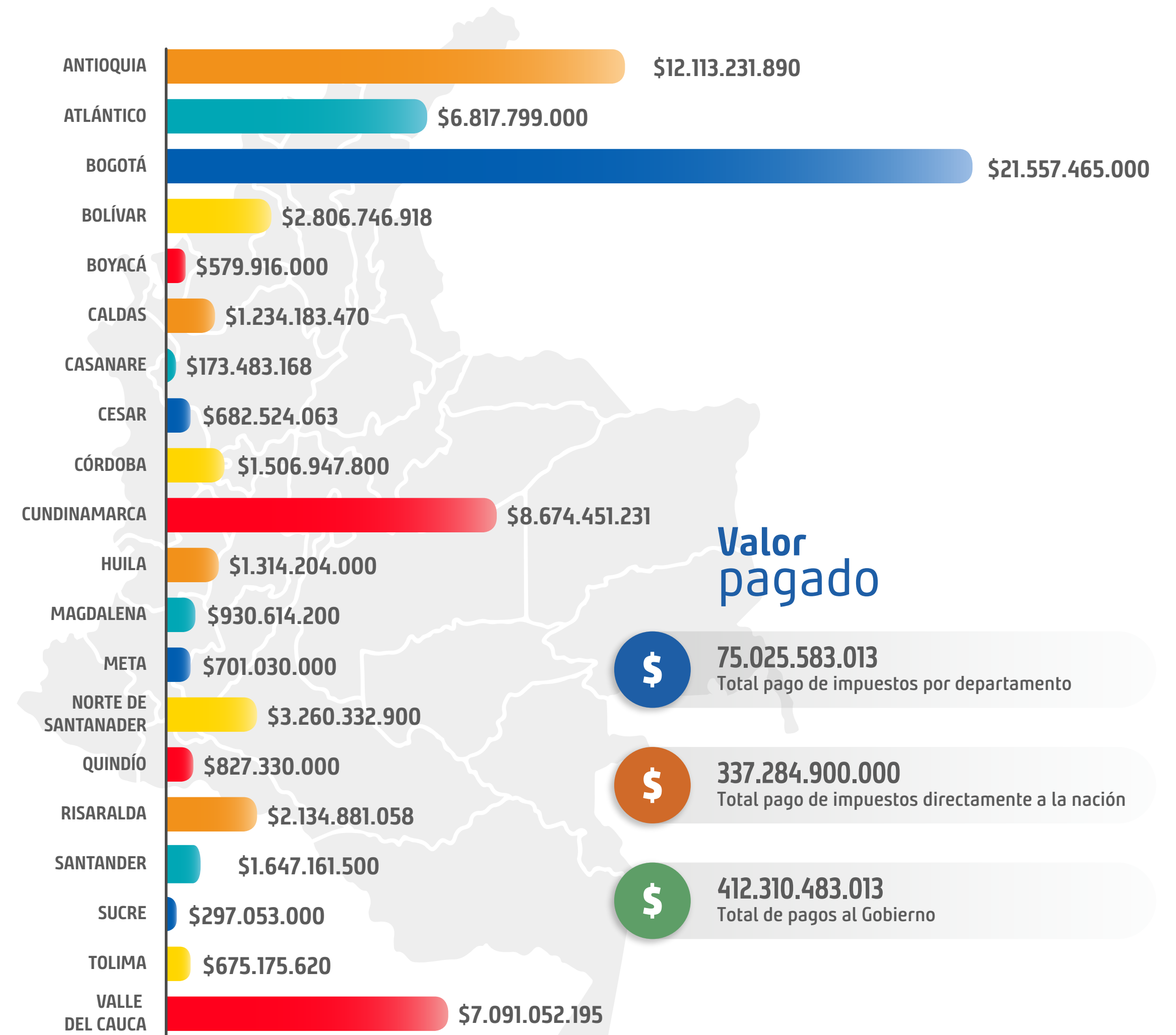




Sodimac *en cifras*

ANEXO

1.1 Pagos al Gobierno por departamento





Gobierno corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

ANEXO

3.1 Infracciones a la ética y medidas adoptadas

FALTAS	2025	MEDIDAS ADOPTADAS
Suministrar información no veraz	8	Acta de compromiso
	2	Suspensión
	6	Terminación de contrato con justa causa
Conducta no adecuada: temas éticos	13	Acta de compromiso
	1	Despido sin justa causa
	4	Llamado de atención con copia a la hoja de vida
	5	Suspensión
Recibir propinas de clientes	7	Terminación de contrato con justa causa
	3	Acta de compromiso
	1	Despido sin justa causa
Retirar mercancía sin soporte válido de pago	2	Suspensión
	1	Terminación de contrato con justa causa
	3	Acta de compromiso
Ocultar mercancía	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida
	2	Terminación de contrato con justa causa
	7	Acta de compromiso
Realizar u ofrecer instalaciones no autorizadas	3	Terminación de contrato con justa causa
	1	Suspensión
Hacer mal uso descuento empleado	1	Acta de compromiso
	2	Despido sin justa causa
	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida
	3	Terminación de contrato con justa causa

FALTAS	2025	MEDIDAS ADOPTADAS
Recibir dádivas proveedores	1	Acta de compromiso
Retirar mercancía para beneficio de terceros	2	Acta de compromiso
	3	Terminación de contrato con justa causa
Retiro bienes de compañeros de labor	1	Despido sin justa causa
	3	Terminación de contrato con justa causa
Agresión física	2	Acta de compromiso
	5	Terminación de contrato con justa causa
Agresión verbal	12	Acta de compromiso
	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida
	2	Suspensión
Trato irrespetuoso a compañeros	4	Terminación de contrato con justa causa
	7	Acta de compromiso
	3	Llamado de atención con copia a la hoja de vida
Trato irrespetuoso a jefes/coordinadores	1	Terminación de contrato con justa causa
	4	Acta de compromiso
	1	Despido sin justa causa
	1	Suspensión
NÚMERO TOTAL DE INFRACCIONES	130	





Mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores

ANEXO

4.1 Horas de formación al año por empleado

Descripción	Medición	Nivel	Cargo	2024			2025		
				Hombres	Mujeres	Total 2024	Hombres	Mujeres	Total 2025
Media de horas de formación al año por empleado	Total horas de formación	Nivel 0	Presidente, gerentes o responsables de área	57	0	57	61	0	61
		Nivel 1		192	42	234	131	0	131
		Nivel 2	Mandos intermedios, jefes, superintendentes	4.848	3.693	8.541	4.946	3.488	8.434
		Nivel 3	Profesionales calificados, especialistas, líderes, coordinadores	31.515	27.627	59.141	41.720	35.081	76.800
		Nivel 4	Administrativos, analistas, asistentes, auxiliares, secretarias	20.622	11.188	31.810	33.889	17.313	51.203
		5. Nivel operativo	Operarios, cargos de base	172.801	91.355	264.157	246.361	122.692	369.053
		Total horas de formación			230.035	133.905	363.940	327.107	178.574
	Total empleados formados	Nivel 0	Presidente, gerentes o responsables de área	1	0	1	1	0	1
		Nivel 1		6	1	7	6	0	6
		Nivel 2	Mandos intermedios, jefes, superintendentes	60	41	101	61	40	101
		Nivel 3	Profesionales calificados, especialistas, líderes, coordinadores	621	500	1.121	606	485	1.091
		Nivel 4	Administrativos, analistas, asistentes, auxiliares, secretarias	603	428	1.031	571	448	1.019
		5. Nivel operativo	Operarios, cargos de base	4.193	2.289	6.482	4.498	2.346	6.822
		Total empleados formados			5.339	3.186	8.521	5.678	3.286
	Porcentaje de colaboradores formados			97,3 %	98,5 %	97,7 %	98,5 %	98,8 %	98,4 %
	Promedio de horas de formación al año por empleado	Nivel 0	Presidente, gerentes o responsables de área	57	0	57	61,0	0,0	61
		Nivel 1		32	42	33	21,8	0,0	21,8
		Nivel 2	Mandos intermedios, jefes, superintendentes	81	90	85	81,1	87,2	83,5
		Nivel 3	Profesionales calificados, especialistas, líderes, coordinadores	51	55	53	68,8	72,3	70,4
		Nivel 4	Administrativos, analistas, asistentes, auxiliares, secretarias	34	26	31	59,4	38,6	50,2
		5. Nivel operativo	Operarios, cargos de base	41	40	41	54,8	52,3	54,1
Recursos invertidos en formación al año			NA	NA	\$3.043.285.540	NA	NA	\$3.821.639.812	
Recursos invertidos por empleado			NA	NA	\$ 357.151	NA	NA	\$427.380,88	



4.2 Asesorías y servicios utilizados

En 2025 continuamos impulsando el bienestar y la eficiencia a través de dos servicios fundamentales para nuestra gente. Mantenemos los servicios de orientación para el colaborador y su familia, brindados por EAP Latina, que ofrece acompañamiento en asuntos personales, familiares y laborales, fortaleciendo el equilibrio emocional y el desarrollo integral de quienes hacen parte de nuestra organización. Asimismo, seguimos contando con el apoyo de Interservicios en mensajería y trámites administrativos, un aliado clave que facilita la gestión de documentos, diligencias y procesos operativos.

Juntos, estos servicios reflejan nuestro compromiso de seguir construyendo entornos más humanos, conectados y eficientes.



4.3 Colaboradores beneficiados

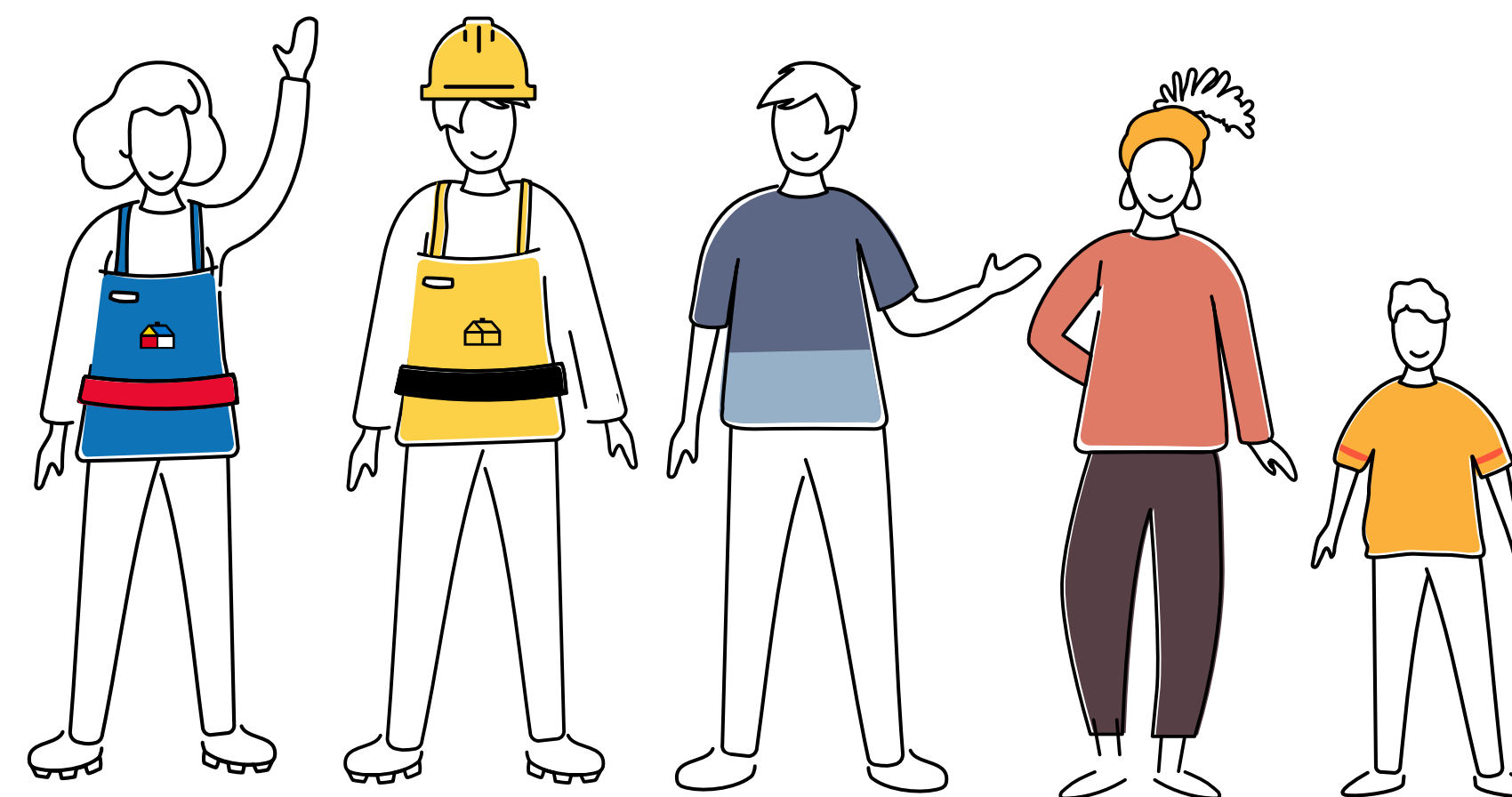
Descripción	Indicador	2024	Hombres	Mujeres	2025
Préstamos vivienda	Colaboradores beneficiados	64	24	27	51
	Monto	\$10.631.104.855	\$3.726.409.583	\$4.171.159.750	\$7.897.569.333
Préstamos vehículo	Colaboradores beneficiados	57	42	22	64
	Monto	\$1.527.851.846	\$909.899.802	\$814.324.484	\$1.724.224.286
Bonificación diciembre	Colaboradores beneficiados	7.888	5.230	3.091	8.321
	Monto	\$14.506.763.845	\$9.614.340.478	\$6.229.525.861	\$15.843.866.339
Auxilio vacaciones	Colaboradores beneficiados	6.561	4.607	3.092	7.699
	Monto	\$13.061.687.448	\$8.867.193.500	\$5.522.262.293	\$14.389.455.793
Aportes empresariales a fondos voluntarios de pensión	Colaboradores beneficiados	167	115	76	191
	Monto	\$1.032.934.078	\$755.871.462	\$419.624.349	\$1.175.495.811
Auxilio educativo escolar primaria y bachillerato	Colaboradores beneficiados	2.168	1.168	938	2.106
	Monto	\$2.638.519.918	\$1.596.463.662	\$1.162.959.276	\$2.759.422.938
Subsidio para medicina prepagada	Colaboradores beneficiados	837	410	442	852
	Monto	\$2.243.348.465	\$1.348.723.188	\$1.337.841.857	\$2.686.565.045
Seguro de vida	Colaboradores beneficiados	11.187	6.553	3.783	10.336
	Monto	\$498.367.399,70	\$331.079.998	\$209.293.844	\$540.373.842
Auxilios para educación superior	Colaboradores beneficiados	427	259	231	490
	Monto	\$1.187.281.534	\$895.149.519	\$727.490.712	\$1.622.640.231
Estudios especialización en el exterior	Colaboradores beneficiados	6	6	2	8
	Monto	\$125.727.212		\$66.357.547	\$66.357.547
Auxilios para estudio de idiomas extranjeros	Colaboradores beneficiados	7	2	12	14
	Monto	\$16.100.000		\$42.000.000	\$42.000.000
Descuentos en mercancías	Colaboradores beneficiados	4.650		3.482	3.482
	Monto	\$1.610.322.310		\$578.249.764	\$578.249.764





4.3 Colaboradores beneficiados (continuación)

Descripción	Indicador	2024	Hombres	Mujeres	2025
Bonificación ocasional de resultados	Colaboradores beneficiados	9.165	6.009	3.507	9.516
	Monto	\$13.947.686.597	\$16.876.129.459	\$9.559.411.127	\$26.435.540.586
Auxilio para matrimonio	Colaboradores beneficiados	68	33	28	61
	Monto	\$38.286.786	\$21.898.188	\$18.517.365	\$40.415.553
Auxilio de anteojos	Colaboradores beneficiados	937	579	519	1.098
	Monto	\$421.934.796	\$295.634.654	\$242.589.426	\$538.224.080
Auxilio por nacimiento	Colaboradores beneficiados	182	112	75	187
	Monto	\$107.389.824	\$76.358.918	\$47.011.101	\$123.370.019
Otros beneficios	Colaboradores beneficiados	10.874	7.119	4.476	19.700
	Monto	\$902.221.249	\$515.593.723	\$358.032.503	\$1.944.764.226
Auxilio funerario por muerte de parientes	Colaboradores beneficiados	11	3	4	7
	Monto	\$13.763.000	\$6.405.750	\$8.355.750	\$14.761.500
Auxilio extralegal de transporte	Colaboradores beneficiados		5.276	2.829	8.105
	Monto		\$686.496.500	\$384.641.500	\$1.071.138.000
Préstamos educativos	Colaboradores beneficiados	4	1	0	1
	Monto	\$6.255.040	\$2.829.052		\$2.829.052
Préstamos de emergencia	Colaboradores beneficiados	12	13	13	26
	Monto	\$64.848.900	\$84.204.226	\$24.340.808	\$108.545.034
Préstamos de consumo	Colaboradores beneficiados	52	8	11	19
	Monto	\$133.700.000	\$21.500.000	\$27.000.000	\$48.500.000
Auxilios de conectividad	Colaboradores beneficiados	625	287	337	624
	Monto	\$194.306.650	\$91.980.000	\$108.810.000	\$200.790.000
Beneficio Albenture	Colaboradores beneficiados	10.170	6.807	4.111	10.918
	Monto	\$489.347.659	\$308.674.695	\$189.525.945	\$498.200.640
Beneficios a través de Puntos en Casa	Colaboradores beneficiados	5.293	4.018	2.770	6.788
	Monto	\$583.240.100	\$386.930.600	\$420.011.600	\$806.942.200
Total	Colaboradores beneficiados	71.234	46.769	27.487	82.361
	Monto	\$64.936.292.434	\$46.657.600.556	\$31.170.107.952	\$78.898.846.508



4.4 Política actualizada de SST 2025

Política integrada de SG-SST

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 que se articula con el Plan Estratégico de Seguridad Vial acorde a la normatividad legal en el país, adoptando las mejores prácticas y mejora continua en busca de la excelencia en cuidado de las personas 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 y desplazamientos de nuestros colaboradores.

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 y prevención vial.
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.

Revisión 12
Marzo 4 de 2025.

Miguel Pardo Brigard
Gerente General Sodimac Colombia S.A.



4.5 Rotación por edad y género

SODIMAC COLOMBIA	Menores de 30 años		Total	Entre 31 y 40 años		Total	Entre 41 y 50 años		Total	Mayor de 50 años		Total	TOTAL GENERAL		Total general
	Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres	
Número total de empleados retirados	855	439	1.294	306	153	459	104	72	176	28	16	44	1.293	680	1.973
Total empleados enero 2025	1.875	1.073	2.948	1.721	1.108	2.829	1.125	748	1.873	402	212	614	5.123	3.141	8.264
Total empleados diciembre 2025	2.270	1.188	3.458	1.652	1.091	2.743	1.094	720	1.814	377	198	575	5.393	3.197	8.590
Total empleados promedio 2025	2.073	1.131	3.203	1.687	1.100	2.786	1.110	734	1.844	390	205	595	5.258	3.169	8.427
Número de empleados nuevos contratados	1.211	536	1.747	252	137	389	77	46	123	8	5	13	1.548	724	2.272
Tasa de rotación	49,8 %	43,1 %	47,5 %	16,5 %	13,2 %	15,2 %	8,2 %	8,0 %	8,1 %	4,6 %	5,1 %	4,8 %	27,0 %	22,2 %	25,2 %

4.6 Rotación e ingresos por edad, género y región

SODIMAC COLOMBIA	Género	Menores de 30 años		Total	Entre 31 y 40 años		Total	Entre 41 y 50 años		Total	Mayor de 50 años		Total	TOTAL GENERAL		Total general
		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres				
Andina	Retiros totales	650	334	984	218	104	322	85	55	140	24	16	40	977	509	1.486
	Planta 202501	1.360	776	2.136	1.193	775	1.968	792	523	1.315	306	163	469	3.651	2.237	5.888
	Planta 202512	1.684	874	2.558	1.154	769	1.923	769	502	1.271	284	150	434	3.891	2.295	6.186
	Total empleados promedio	1.522	825	2.347	1.173,5	772	1.946	780,5	512,5	1.293	295	156,5	452	3.771	2.266	6.037
	Ingresos	944	414	1.358	187	98	285	59	37	96	7	5	12	1.197	554	1.751
	Rotación total	52,4 %	45,3 %	49,9 %	17,3 %	13,1 %	15,6 %	9,2 %	9,0 %	9,1 %	5,3 %	6,7 %	5,8 %	28,8 %	23,5 %	26,8 %
Caribe	Retiros totales	63	32	95	34	15	49	8	10	18	1	0	1	106	57	163
	Planta 202501	222	143	365	271	185	456	206	137	343	63	31	94	762	496	1.258
	Planta 202512	256	144	400	259	178	437	198	129	327	63	30	93	776	481	1.257
	Total empleados promedio	239	143,5	383	265	181,5	447	202	133	335	63	30,5	94	769	489	1.258
	Ingresos	92	34	126	25	9	34	3	1	4	1	0	1	121	44	165
	Rotación total	32,4 %	23,0 %	28,9 %	11,1 %	6,6 %	9,3 %	2,7 %	4,1 %	3,3 %	1,6 %	0,0 %	1,1 %	14,8 %	10,3 %	13,0 %
Orinoquia	Retiros Totales	37	24	61	11	8	19	0	0	0	2	0	2	50	32	82
	Planta 202501	81	45	126	57	41	98	21	14	35	8	4	12	167	104	271
	Planta 202512	91	49	140	52	45	97	21	15	36	6	4	10	170	113	283
	Total empleados promedio	86	47	133	54,5	43	98	21	14,5	36	7	4	11	169	109	277
	Ingresos	45	28	73	8	13	21	2	1	3	0	0	0	55	42	97
	Rotación total	47,7 %	55,3 %	50,4 %	17,4 %	24,4 %	20,5 %	4,8 %	3,4 %	4,2 %	14,3 %	0,0 %	9,1 %	31,2 %	34,1 %	32,3 %
Pacífica	Retiros totales	105	49	154	43	26	69	11	7	18	1	0	1	160	82	242
	Planta 202501	212	109	321	200	107	307	106	74	180	25	14	39	543	304	847
	Planta 202512	239	121	360	187	99	286	106	74	180	24	14	38	556	308	864
	Total empleados promedio	225,5	115	341	193,5	103	297	106	74	180	24,5	14	39	550	306	856
	Ingresos	130	60	190	32	17	49	13	7	20	0	0	0	175	84	259
	Rotación total	52,1 %	47,4 %	50,5 %	19,4 %	20,9 %	19,9 %	11,3 %	9,5 %	10,6 %	2,0 %	0,0 %	1,3 %	30,5 %	27,1 %	29,3 %

Maketing y comercio responsable

nuestros clientes

ANEXO

● 6.1 Productos a los que hacemos seguimiento





KPMG S.A.S.
Calle 90 No. 19C - 74
Bogotá D.C. - Colombia

Teléfono +57 (601) 618 8000
+57 (601) 618 8100
Fax +57 (601) 623 3823

www.home.kpmg/co

Informe de seguridad limitada de los profesionales Independientes

Para **Organización Corona S.A.**

Informe sobre el aseguramiento limitado con relación a los parámetros y contenidos de sostenibilidad incluidos en la conclusión de este informe, presentados en el Informe de Sostenibilidad para **Organización Corona S.A.**, que consolida con **Sodimac Colombia S.A., Corona Industrial S.A.S. y Alión**, que a su vez comprende la información de **Empresa Colombiana de Cementos S.A.S., Insumos y Agregados de Colombia S.A.S. y Concretos Alión S.A.S.**, (en adelante "el Informe"), para el año terminado al 31 de diciembre de 2025. El Informe resume las acciones adelantadas por **Organización Corona S.A.**, en materia de sostenibilidad con la finalidad de que sus grupos de interés conozcan su gestión.

Conclusión

Hemos realizado un trabajo de seguridad limitada sobre si los contenidos de sostenibilidad incluidos en el Informe de Sostenibilidad para el año terminado el 31 de diciembre de 2025 de **Organización Corona S.A.**, multinacional colombiana que se dedica a la fabricación y venta de productos para el hogar, la construcción, la industria, la agricultura y la energía, se han preparado de conformidad con el estándar del Global Reporting Initiative (GRI), estándar internacional diseñado para informar al público general sobre los impactos económicos, ambientales y sociales relacionados con las empresas y los indicadores propios bajo la metodología de **Organización Corona S.A.**

Los contenidos cubiertos para **Organización Corona S.A.**, que consolida con **Sodimac Colombia S.A., Corona Industrial S.A.S. y Alión** por el trabajo de seguridad limitada son:

Estándar	Contenido	Información del "informe de sostenibilidad 2025"	Indicador asegurado para la entidad
GRI 2	2-7 Empleados	Información cuantitativa y cualitativa, ver página 110 y páginas 2-3 en la Tabla GRI del Informe.	Alión
GRI 201	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Información cuantitativa, ver página 36 del Informe.	Alión
GRI 205	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Información cuantitativa, ver páginas 18, 25 y 110 y páginas 10-11 en la Tabla GRI del Informe.	Alión
GRI 302	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	Información cuantitativa y cualitativa, ver páginas 93 y 110 y páginas 11-12 en la Tabla GRI del Informe.	Sodimac Colombia S.A. y Alión
GRI 303	303-3 Extracción de agua	Información cuantitativa, ver páginas 97 y 110 y página 13 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S
GRI 303	303-5 Consumo de agua	Información cuantitativa, ver páginas 98, 99 y 110 y página 14 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S. y Alión
GRI 305	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI - Emisiones de CO ₂ Gross	Información cuantitativa y cualitativa, ver página 110 y páginas 16-17 en la Tabla GRI del Informe.	Alión
GRI 305	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI - Emisiones de CO ₂ Net	Información cuantitativa y cualitativa, ver página 110 y páginas 16-17 en la Tabla GRI del Informe.	Alión
GRI 306	306-3 Residuos generados	Información cuantitativa, ver páginas 103 y 110 y páginas 17-18 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S. y Sodimac Colombia S.A.
GRI 401	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación del personal	Información cuantitativa, ver páginas 69, 70 y 110	Corona Industrial y Sodimac



Estándar	Contenido	Información del "informe de sostenibilidad 2025"	Indicador asegurado para la entidad
		y páginas 19-20 en la Tabla GRI del Informe.	
GRI 401	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a otros empleados	Información cualitativa, ver página 55 y 110 y página 20 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S.
GRI 403	403-9 Lesiones por accidente laboral	Información cuantitativa y cualitativa, ver páginas 59, 60 y 110 y página 21 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S. y Sodimac Colombia S.A.
GRI 403	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	Información cuantitativa y cualitativa, ver páginas 59, 60 y 110 y página 21 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S.
GRI 404	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Información cuantitativa, ver página 47 del Informe.	Corona Industrial S.A.S. y Sodimac Colombia S.A.
GRI 406	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Información cuantitativa y cualitativa, ver página 66 del Informe.	Sodimac Colombia S.A.
Propio	Voluntariado corporativo	Información cuantitativa y cualitativa, ver página 80 del Informe.	Alión
Propio	Incidente con pérdida de tiempo (LTI)	Información cuantitativa, ver página 44 del Informe.	Alión
Propio	Tasa de valoración de residuos (% sustitución de combustibles alternativos)	Información cuantitativa, ver página 110 y página 19 en la Tabla GRI del Informe.	Alión

Basados en los procedimientos realizados y la evidencia obtenida, no ha llegado a nuestro conocimiento ningún asunto que nos lleve a considerar que la información sobre los contenidos de sostenibilidad relacionados anteriormente y que se encuentran incluidos en el Informe de Sostenibilidad de **Organización Corona S.A.**, al 31 de diciembre de 2025 no estén preparados, en todos sus aspectos materiales, de acuerdo con los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y los indicadores propios de la compañía, según lo detallado en los requerimientos del Estándar GRI 1 que incluye la fiabilidad de los datos, la adecuación de la información presentada y la ausencia de desviaciones y omisiones significativas.

Fundamentos para la conclusión

Realizamos nuestro trabajo de conformidad con la Norma Internacional sobre Trabajos de Aseguramiento (ISAE) 3000 (Modificada), *Trabajos de Aseguramiento Distintos de Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica* emitida por el International Auditing And Assurance Standards Board (IAASB). Nuestras responsabilidades bajo estas normas se describen con más detalle en la sección "Nuestras Responsabilidades" de nuestro informe.

Hemos cumplido con los requisitos de independencia y otros requisitos éticos del Código Internacional de Ética para Contadores Profesionales (incluyendo las Normas Internacionales de Independencia) emitidas por el Internal Ethics Standards Board for Accountants (IESBA).

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad (ISQM) 1, Gestión de Calidad para Firmas que Realizan auditorías o Revisiones de Estados financieros, u otros Trabajos de Aseguramiento o Relacionados con estos, emitida por el IAASB. Esta norma requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de calidad, que incluya políticas o procedimientos acerca del cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y regulatorios aplicables.

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra conclusión.





Propósito y restricciones de uso de Nuestro Reporte

De acuerdo con los términos de nuestro trabajo, este informe de aseguramiento ha sido preparado para **Organización Corona S.A.**, con el propósito de asistir a **Organización Corona S.A.**, en determinar si los parámetros objeto de aseguramiento limitado están preparados y presentados de forma adecuada.

Este informe no debe considerarse apropiado para ser usado o basarse en él, por cualquier tercero que quiera adquirir derechos contra KPMG diferente a **Organización Corona S.A.**, para ningún propósito o en cualquier otro contexto. Cualquier tercero diferente a **Organización Corona S.A.**, que obtenga acceso a nuestro informe o una copia de este y determine basarse en él, o en cualquier parte de este lo hará bajo su propio riesgo. En la mayor medida de lo posible, según lo permitido por ley, no aceptamos ni asumimos responsabilidad ante terceros diferentes a **Organización Corona S.A.**, por nuestro trabajo, por este informe de aseguramiento limitado, o por las conclusiones a las que hemos llegado.

Nuestro informe se entrega a **Organización Corona S.A.**, sobre la base de que no debe ser copiado, referido o divulgado, en su totalidad (salvo por los fines internos propios de **Organización Corona S.A.**, o en parte, sin nuestro consentimiento previo escrito.

No se modifica nuestra conclusión con respecto a este asunto.

Responsabilidades por la información sobre la materia a evaluar

La administración de **Organización Corona S.A.**, es responsable de la Declaración de los contenidos indicados en la sección de conclusión de este informe, así como de:

- Diseñar, implementar y mantener el control interno pertinente para la preparación de los contenidos asegurados tal que estén exentos de representaciones incorrectas materiales, ya sea debido a fraude o error,
- Seleccionar o desarrollar criterios adecuados como base para la Declaración de los contenidos asegurados y referirse o describir adecuadamente a los criterios usados; y
- Declarar razonablemente los contenidos asegurados de acuerdo con los estándares incluidos en la conclusión de este informe;
- Realizar juicios y estimaciones que sean razonables en las circunstancias;
- Prevenir y detectar fraudes;
- Seleccionar el contenido de la información sobre la materia a evaluar, incluyendo identificar a los usuarios previstos y comprometerse con ellos para entender sus necesidades de información;
- Establecer objetivos, metas y otras medidas de desempeño, e implementar medidas para alcanzar esos objetivos, esas metas y medidas de desempeño;
- Asegurar que las personas involucradas en la preparación y presentación del informe están apropiadamente capacitadas y sus sistemas de información se actualicen adecuadamente.
- Garantizar la veracidad de la información puesta a nuestra disposición y relacionada a los parámetros incluidos en la conclusión de este informe.
- Desarrollar criterios adecuados para preparar los contenidos de sostenibilidad incluidos en el Informe, de manera que estos cumplan con los principios para la elaboración de informes según el estándar GRI 1: Fundamentos (precisión, equilibrio, claridad comparabilidad, exhaustividad, contexto de sostenibilidad, puntualidad y verificabilidad).

Limitaciones inherentes

Dadas las limitaciones inherentes de cualquier estructura de control interno es posible que errores o irregularidades, en la información presentada en el informe puedan ocurrir y no ser detectadas. Nuestro encargo no está diseñado para detectar todas las debilidades de control interno sobre la preparación y presentación del informe, dado que el encargo no ha sido ejecutado continuamente a través del período y los procedimientos fueron llevados a cabo con base en pruebas selectivas.

Nuestras responsabilidades

Somos responsables de:

- Planificar y realizar el trabajo para obtener seguridad limitada sobre si los contenidos asegurados en este informe están exentos de representaciones incorrectos materiales, ya sea debido a fraude o error;
- Formarnos una conclusión independiente, con base en los procedimientos que hemos realizado y la evidencia que hemos



obtenido; e

- Informar de nuestra conclusión a **Organización Corona S.A.**

Resumen del trabajo que hemos realizado como base para nuestra conclusión

Ejercimos nuestro juicio profesional y mantuvimos el escepticismo profesional durante el trabajo. Diseñamos y realizamos nuestros procedimientos para obtener evidencia acerca de los contenidos asegurados incluidos en la sección de conclusión de este informe y que estos sean suficientes y adecuados para proporcionar una base para nuestra conclusión. Nuestros procedimientos seleccionados dependieron de nuestro entendimiento de los contenidos evaluados y otras circunstancias del trabajo, y nuestra consideración de áreas en las que probablemente surjan representaciones incorrectas materiales. Al realizar nuestro trabajo, los procedimientos que realizamos consistieron principalmente en:

- Indagaciones con **Organización Corona S.A.**, para obtener un entendimiento del proceso llevado a cabo para determinar los objetivos, alcance y datos presentados en los contenidos asegurados en este informe desarrollados por **Organización Corona S.A.**, e incluidos en el Informe para el año terminado al 31 de diciembre de 2025.
- Revisión de los contenidos de sostenibilidad reportados bajo los estándares GRI para garantizar que estos revelen la totalidad de la información solicitada por el estándar.
- Validación de la integridad de los datos presentados bajo los contenidos de sostenibilidad incluidos en el Informe para el año terminado el 31 de diciembre de 2025 a través del desarrollo de muestreo aleatorios de la información presentada para cada indicador.
- Aplicación de procedimientos sustantivos sobre las áreas donde puedan surgir errores materiales.

Los procedimientos aplicados en un trabajo de aseguramiento limitado difieren en su naturaleza y oportunidad, y su alcance es menor que para un trabajo de seguridad razonable. En consecuencia, el grado de seguridad obtenido en un trabajo de seguridad limitada es sustancialmente menor que el grado de seguridad que se hubiera obtenido si hubiéramos realizado un trabajo de seguridad razonable.

JOSE BORIS FORERO CARDOSO
FORERO CARDOSO

Digitally signed by JOSE BORIS FORERO CARDOSO
Date: 2026.03.30 11:39:17 -05'00'

Jose Boris Forero Cardoso
Socio
KPMG S.A.S.
30 de marzo de 2026





KPMG S.A.S.
Calle 90 No. 19C - 74
Bogotá D.C. - Colombia

Teléfono +57 (601) 618 8000
+57 (601) 618 8100
Fax +57 (601) 623 3823

www.home.kpmg/co



Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra conclusión.

Informe de seguridad limitada de los profesionales Independientes

Para **Organización Corona S.A.**

Informe sobre el aseguramiento limitado con relación a los parámetros y contenidos de gases de efecto invernadero incluidos en la conclusión de este informe, presentados en el Informe de Sostenibilidad para **Organización Corona S.A.**, que consolida con **Sodimac Colombia S.A., Corona Industrial S.A.S. y Alión**, que a su vez comprende la información de **Empresa Colombiana de Cementos S.A.S., Insumos y Agregados de Colombia S.A.S. y Concretos Alión S.A.S.** (en adelante “el Informe”), para el año terminado al 31 de diciembre de 2025. El Informe resume las acciones adelantadas por **Organización Corona S.A.**, en materia de gases de efecto invernadero con la finalidad de que sus grupos de interés conozcan su gestión.

Conclusión

Hemos realizado un trabajo de seguridad limitada sobre si los contenidos de gases de efecto invernadero incluidos en el Informe de Sostenibilidad para el año terminado el 31 de diciembre de 2025 de **Organización Corona S.A.**, multinacional colombiana que se dedica a la fabricación y venta de productos para el hogar, la construcción, la industria, la agricultura y la energía, se han preparado de conformidad con el estándar del Global Reporting Initiative (GRI), estándar internacional diseñado para informar al público general sobre los impactos económicos, ambientales y sociales relacionados con las empresas.

Los contenidos cubiertos para **Organización Corona S.A.**, que consolida con **Sodimac Colombia S.A., Corona Industrial S.A.S. y Alión** por el trabajo de seguridad limitada son:

Estándar	Contenido	Información del “informe de sostenibilidad 2025”	Indicador asegurado para la entidad
GRI 305	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Información cuantitativa y cualitativa, ver páginas 92 y 110 y páginas 14-16 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S, Sodimac Colombia S.A. y Alión
GRI 305	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Información cuantitativa y cualitativa, ver páginas 92 y 110 y páginas 14-16 en la Tabla GRI del Informe.	Corona Industrial S.A.S., Sodimac Colombia S.A. y Alión

Basados en los procedimientos realizados y la evidencia obtenida, no ha llegado a nuestro conocimiento ningún asunto que nos lleve a considerar que la información sobre los contenidos de gases de efecto invernadero relacionados anteriormente y que se encuentran incluidos en el Informe de Sostenibilidad de **Organización Corona S.A.**, al 31 de diciembre de 2025 no estén preparados, en todos sus aspectos materiales, de acuerdo con los estándares del Global Reporting Initiative (GRI), según lo detallado en los requerimientos del Estándar GRI 1 que incluye la fiabilidad de los datos, la adecuación de la información presentada y la ausencia de desviaciones y omisiones significativas.

Fundamentos para la conclusión

Realizamos nuestro trabajo de conformidad con la Norma Internacional sobre Trabajos de Aseguramiento (ISAE) 3410, *Trabajos de Aseguramiento sobre Declaraciones de Gases con Efecto Invernadero*, emitida por el International Auditing And Assurance Standards Board (IAASB). Nuestras responsabilidades bajo estas normas se describen con más detalle en la sección “Nuestras Responsabilidades” de nuestro informe.

Hemos cumplido con los requisitos de independencia y otros requisitos éticos del Código Internacional de Ética para Contadores Profesionales (incluyendo las Normas Internacionales de Independencia) emitidas por el Internal Ethics Standards Board for Accountants (IESBA).

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad (ISQM) 1, *Gestión de Calidad para Firmas que Realizan auditorías o Revisiones de Estados financieros*, u otros Trabajos de Aseguramiento o Relacionados con estos, emitida por el IAASB. Esta norma requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de calidad, que incluya políticas o procedimientos acerca del cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y regulatorios aplicables.

Propósito y restricciones de uso de Nuestro Reporte

De acuerdo con los términos de nuestro trabajo, este informe de aseguramiento ha sido preparado para **Organización Corona S.A.**, con el propósito de asistir a **Organización Corona S.A.**, en determinar si los parámetros objeto de aseguramiento limitado están preparados y presentados de forma adecuada.

Este informe no debe considerarse apropiado para ser usado o basarse en él, por cualquier tercero que quiera adquirir derechos contra KPMG diferente a **Organización Corona S.A.**, para ningún propósito o en cualquier otro contexto. Cualquier tercero diferente a **Organización Corona S.A.**, que obtenga acceso a nuestro informe o una copia de este y determine basarse en él, o en cualquier parte de este lo hará bajo su propio riesgo. En la mayor medida de lo posible, según lo permitido por ley, no aceptamos ni asumimos responsabilidad ante terceros diferentes a **Organización Corona S.A.**, por nuestro trabajo, por este informe de aseguramiento limitado, o por las conclusiones a las que hemos llegado.

Nuestro informe se entrega a **Organización Corona S.A.**, sobre la base de que no debe ser copiado, referido o divulgado, en su totalidad (salvo por los fines internos propios de **Organización Corona S.A.**, o en parte, sin nuestro consentimiento previo escrito.

No se modifica nuestra conclusión con respecto a este asunto.

Responsabilidades por la información sobre la materia a evaluar

La administración de **Organización Corona S.A.**, es responsable de la Declaración de los contenidos indicados en la sección de conclusión de este informe, así como de:

- Diseñar, implementar y mantener el control interno pertinente para la preparación de los contenidos asegurados tal que estén exentos de representaciones incorrectas materiales, ya sea debido a fraude o error,
- Seleccionar o desarrollar criterios adecuados como base para la Declaración de los contenidos asegurados y referirse o describir adecuadamente a los criterios usados; y
- Declarar razonablemente los contenidos asegurados de acuerdo con los estándares incluidos en la conclusión de este informe;
- Realizar juicios y estimaciones que sean razonables en las circunstancias;
- Prevenir y detectar fraudes;
- Seleccionar el contenido de la información sobre la materia a evaluar, incluyendo identificar a los usuarios previstos y comprometerse con ellos para entender sus necesidades de información;
- Establecer objetivos, metas y otras medidas de desempeño, e implementar medidas para alcanzar esos objetivos, esas metas y medidas de desempeño;
- Asegurar que las personas involucradas en la preparación y presentación del informe están apropiadamente capacitadas y sus sistemas de información se actualicen adecuadamente.
- Garantizar la veracidad de la información puesta a nuestra disposición y relacionada a los parámetros incluidos en la conclusión de este informe.
- Desarrollar criterios adecuados para preparar los contenidos de gases de efecto invernadero incluidos en el Informe, de manera que estos cumplan con los principios para la elaboración de informes según el estándar GRI 1: Fundamentos (precisión, equilibrio, claridad comparabilidad, exhaustividad, contexto de sostenibilidad, puntualidad y verificabilidad).

Limitaciones inherentes

Dadas las limitaciones inherentes de cualquier estructura de control interno es posible que errores o irregularidades, en la información presentada en el informe puedan ocurrir y no ser detectadas. Nuestro encargo no está diseñado para detectar todas las debilidades de control interno sobre la preparación y presentación del informe, dado que el encargo no ha sido ejecutado continuamente a través del período y los procedimientos fueron llevados a cabo con base en pruebas selectivas.

Nuestras responsabilidades

Somos responsables de:

- Planificar y realizar el trabajo para obtener seguridad limitada sobre si los contenidos asegurados en este informe están exentos de representaciones incorrectas materiales, ya sea debido a fraude o error;





- Formarnos una conclusión independiente, con base en los procedimientos que hemos realizado y la evidencia que hemos obtenido; e
- Informar de nuestra conclusión a **Organización Corona S.A.**

Resumen del trabajo que hemos realizado como base para nuestra conclusión

Ejercimos nuestro juicio profesional y mantuvimos el escepticismo profesional durante el trabajo. Diseñamos y realizamos nuestros procedimientos para obtener evidencia acerca de los contenidos asegurados incluidos en la sección de conclusión de este informe y que estos sean suficientes y adecuados para proporcionar una base para nuestra conclusión. Nuestros procedimientos seleccionados dependieron de nuestro entendimiento de los contenidos evaluados y otras circunstancias del trabajo, y nuestra consideración de áreas en las que probablemente surjan representaciones incorrectas materiales. Al realizar nuestro trabajo, los procedimientos que realizamos consistieron principalmente en:

- Indagaciones con **Organización Corona S.A.**, para obtener un entendimiento del proceso llevado a cabo para determinar los objetivos, alcance y datos presentados en los contenidos asegurados en este informe desarrollados por **Organización Corona S.A.**, e incluidos en el Informe para el año terminado al 31 de diciembre de 2025.
- Revisión de los contenidos de gases de efecto invernadero reportados bajo los estándares GRI para garantizar que estos revelen la totalidad de la información solicitada por el estándar.
- Validación de la integridad de los datos presentados bajo los contenidos de gases de efecto invernadero incluidos en el Informe para el año terminado el 31 de diciembre de 2025 a través del desarrollo de muestreo aleatorios de la información presentada para cada indicador.
- Aplicación de procedimientos sustantivos sobre las áreas donde puedan surgir errores materiales.

Los procedimientos aplicados en un trabajo de aseguramiento limitado difieren en su naturaleza y oportunidad, y su alcance es menor que para un trabajo de seguridad razonable. En consecuencia, el grado de seguridad obtenido en un trabajo de seguridad limitada es sustancialmente menor que el grado de seguridad que se hubiera obtenido si hubiéramos realizado un trabajo de seguridad razonable.

JOSE BORIS FORERO CARDOSO
Socio
KPMG S.A.S.
30 de marzo de 2026

Digitally signed by JOSE BORIS FORERO CARDOSO
Date: 2026.03.30 11:39:47
+03'00'





www.homecenter.com.co



Homecenter Colombia



@Homecenter_co



Homecenter Colombia



Homecenter_Co



@Homecenter_col



Sodimac Colombia