

**SOMOS
SODIMAC**



Reporte de Sostenibilidad

Argentina & Uruguay 2023

CONTENIDO

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL	4
MENSAJE DEL GERENTE DE URUGUAY	5
1. 6	
1.1 Quiénes Somos	6
1.2 Propósito y Valores	6
1.3 Sodimac Argentina y Uruguay	8
2. SOSTENIBILIDAD, DIÁLOGO Y TRANSPARENCIA	11
2.1 Compromiso con la Sostenibilidad	11
2.2 Gestión de la Sostenibilidad	13
2.3 Sobre el Reporte	17
3. GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL	20
3.1 Gobierno Corporativo	20
3.2 Desempeño Económico	22
3.3 Ética y Anticorrupción	24
3.4 Protección de Datos y Ciberseguridad	29
3.5 Derechos Humanos	30
4. NUESTROS COLABORADORES	32
4.1 Gestión del talento y desarrollo integral	32
4.2 Diversidad e Inclusión	35
4.3 Formación y Desarrollo	43
4.4 Cultura, Clima Laboral y Calidad de Vida	49
4.5 Diálogo Social	55
4.6 Salud y Seguridad	55
5. NUESTROS PROVEEDORES	59
5.1 Gestión Sostenible de Proveedores	59
6. NUESTROS CLIENTES	63
6.1 Clientes de Sodimac	63
6.2 Experiencia de compra	63
6.3 Escuchamos a nuestra cartera de Clientes	66
6.4 Comercio y Marketing responsable	68
7. COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE	71
7.1 Ecoeficiencia Operacional	71
7.2 Residuos y Circularidad	72
7.3 Cambio Climático	73
7.4 Logística Sostenible	73
7.5 Educación y consumo responsable	74
8. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	76
8.1 Gestión de la Comunidad	76

8.2 Empleabilidad local	76
8.3 Inclusión y comercio local	77
8.4 Inversión social	77
9. Índice de Contenido GRI	79



Presentamos nuestro Reporte de Sostenibilidad 2023, el cual ponemos a disposición de nuestros grupos de interés.

Este reporte es una herramienta que nos permite comunicar el desempeño económico, social y medioambiental de Sodimac Argentina y Uruguay, cumple con los estándares de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) de manera referenciada y cuenta los compromisos y los logros que hemos alcanzado en el marco de nuestra política de sostenibilidad, y la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Durante el 2023, retomamos nuestra participación en el Index de Sostenibilidad corporativo, el cual nos dio una puntuación de 52% habiendo aumentado respecto de nuestra última medición en 2019. Esto habla de nuestro compromiso por mantener y seguir impulsando iniciativas alineadas a nuestra estrategia de sostenibilidad, pese al contexto complicado y las múltiples consecuencias derivadas de la postpandemia.

Fue un año de crecimiento en ventas, en especial en el canal online, a pesar de un contexto desafiante a nivel económico. Continuamos avanzando en mejorar la experiencia omnicanal para los clientes hogar y profesionales, con foco en potenciar la propuesta hacia los especialistas. Nos incorporamos además a un importante marketplace y fortalecimos las alternativas de financiamiento para los clientes.

En materia de prácticas laborales, trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo, inclusivo, de relaciones transparentes con los colaboradores y donde el diálogo es un mecanismo esencial de relacionamiento. En este sentido, durante el 2023 lanzamos “Yo impulso mi desarrollo”, una iniciativa que busca potenciar la propuesta de valor de “Desarrollo” en todo el Grupo bajo una misma narrativa. Nuestro foco estuvo en potenciar el liderazgo Sodimac, a través de un modelo que busca potenciar las competencias individuales y de equipo a cada uno de nuestros líderes alineados a nuestra estrategia de negocio. Gracias a nuestra gestión en temas de diversidad dentro de nuestra estrategia de sostenibilidad, hemos realizado diferentes charlas y talleres que nos permiten fomentar espacios seguros e inclusivos en todas nuestras operaciones.

En materia de inversión social, seguimos apostando por actividades de voluntariado corporativo buscando ser retributivo con la comunidad, trabajando en conjunto con organizaciones de la sociedad civil, nuestros colaboradores y sus familias.

En términos ambientales, hemos iniciado la medición de nuestra huella de carbono en nuestra flota de abastecimiento. Para ello, hemos dividido el análisis entre las unidades de Buenos Aires y Córdoba, dado que presentan consumos de combustible distintos. Estos consumos varían debido a factores como el tránsito, la velocidad promedio y las condiciones geográficas.

Reafirmamos nuestro compromiso con la sostenibilidad, centrándonos en generar un impacto positivo en lo social, ambiental y de gobierno, y continuaremos promoviendo prácticas responsables que beneficien a nuestras comunidades, protejan el medio ambiente y fortalezcan la transparencia y la ética en nuestra gestión.

Los invito a recorrer nuestro informe y a que nos hagan llegar sus opiniones y comentarios, los cuales nos permitirán seguir creciendo y mejorando.

Ricardo Argarate
Gerente General Sodimac Argentina



Tras varios años sin divulgar información a nuestros grupos de interés pertinente a Sodimac Uruguay, nos complace sumarnos nuevamente al Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Argentina y Uruguay. Alineados con la estrategia del grupo, reafirmamos nuestro compromiso de ser la empresa más querida, admirada y respetada en las comunidades donde operan nuestras cuatro tiendas, trabajamos continuamente para generar un impacto positivo y sostenible.

Continuamos acercando nuestra propuesta a cada vez más familias uruguayas y especialistas de la construcción, con mejoras en la experiencia en tiendas y canal digital, y muy buenos resultados en el segmento profesional.

El 2023 presentó desafíos para la economía uruguaya, pero los enfrentamos con creatividad, innovación y un plan de eficiencias para ajustar los gastos al nivel de actividad.

Los clientes profesionales fueron uno de los focos más relevantes en 2023. Las ventas de este segmento crecieron de manera importante, en línea con los objetivos trazados a inicios de año para este grupo en términos de mejoras del NPS, aumento de la base de inscriptos en el Círculo de Especialistas (CES) y fortalecimiento del peso del CES dentro del segmento.

En cuanto a nuestro compromiso con nuestros colaboradores, apostamos por seguir fortaleciendo y desarrollando todo su capital, este año lanzamos la Plataforma “**Mifalabella**”, desarrollada por el Grupo Falabella con la finalidad de “Simplificar tu día a día y ayudarte a disfrutar más la vida”. Une todas las plataformas y resume la información más importante para los colaboradores.

Comprometidos con mejorar el entorno a nivel económico, social y ambiental para impactar de manera positiva en la sociedad, seguimos impulsando alianzas con las fundaciones Forge y TECHO, además de un convenio con la Intendencia Municipal de Montevideo para el mantenimiento de una plaza en el barrio de Sayago.

Este informe refleja nuestro compromiso con un futuro más responsable y equitativo. Agradecemos a todos nuestros colaboradores, socios y clientes por su continuo apoyo y dedicación. Juntos, seguiremos avanzando hacia un mundo más sostenible y próspero para las generaciones futuras.

Juan Luis Barandiarán

Gerente Sodimac Uruguay

1. SOMOS SODIMAC



Contenidos GRI 2-1, 2-6, 2-7, 2-23, 2-28

1.1 Quiénes Somos

NOS ENORGULLECE SER UNA ORGANIZACIÓN DIVERSA, DE VOCACIÓN GLOBAL, DONDE NUESTRAS DIFERENTES IDENTIDADES Y ORÍGENES CULTURALES SE CONSTITUYEN EN UN VERDADERO APORTE PARA ALCANZAR NUESTRO PROPÓSITO: SIMPLIFICAR Y DISFRUTAR MÁS LA VIDA.

Siendo uno de los principales conglomerados de *retail* de América Latina, desde la unidad de mejoramiento del hogar de Falabella, comercializamos productos para la construcción y para mejorar el hogar. Nos focalizamos en el desarrollo de soluciones integrales para nuestros clientes ofreciendo excelencia en el servicio, abastecimiento de productos y servicios para empresas y profesionales de la construcción y un fuerte compromiso con la comunidad.

Sodimac en América Latina ¹		
+ 1.900.000 m ² de superficie de ventas	39.000 colaboradores	260 tiendas
Operaciones en 7 países de América Latina	México 12 Tiendas Brasil 55 Tiendas Uruguay 4 Tiendas Argentina 7 Tiendas Chile 86 Tiendas Perú 56 Tiendas Colombia 40 Tiendas	

Nuestro modelo de negocio cuenta con distintos formatos de tiendas, que satisfacen las necesidades de empresas, especialistas y familias, operando distintos conceptos de ventas y servicios complementarios: Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Imperial, Homy, Dicico y Maestro.



1.2 Propósito y Valores

Nuestros valores nos guían en el accionar cotidiano y en todo lo que hacemos, y especialmente en la forma en la que llevamos adelante la vida laboral de las personas dentro de la Compañía: su incorporación al equipo de trabajo, la evaluación de desempeño, la manera en que nos retroalimentamos, el reconocimiento de los logros, nuestra forma de trabajo, el desarrollo del equipo, la coordinación los equipos, la definición de sucesores, el desarrollo del talento, etc.

¹ Cifras al 31 de diciembre de 2022. Fuente: Reporte Anual 2022 Sodimac.

SOMOS UN SOLO
EQUIPO

NOS MOVEMOS
ÁGILMENTE

NOS APASIONAMOS
POR EL CLIENTE

CUIDAMOS EL
FUTURO

Somos un solo equipo	Nos movemos ágilmente	Nos apasionamos por el cliente	Cuidamos el futuro
Diverso, que confía y desarrolla a las personas.	Anticipando, siendo protagonista, aprendiendo permanentemente.	Con empatía, conocimiento y simplicidad.	Respetando a las personas, la sociedad y el medio ambiente.

Para cumplir nuestro propósito:
Simplificar y disfrutar más la vida



1.3 Sodimac Argentina y Uruguay

Desde el 2008 en Argentina y desde el 2015 en Uruguay tenemos presencia en dos formatos combinados en una sola tienda:

1. Sodimac Homecenter - especializado en las necesidades del hogar
2. Sodimac Constructor - focalizado en las necesidades de profesionales del área de la construcción

Formamos parte del Grupo Falabella con más de 125 años de trayectoria al servicio al cliente siendo la sociedad controlante Nueva Inverfin S.p.A con domicilio legal en Santiago de Chile.

	<i>Total</i>	<i>Argentina</i>	<i>Uruguay</i>
<i>Puntos de Ventas</i>	11	7	4
<i>Colaboradores</i>	1.258	836	422
<i>Superficie de Venta (m3)</i>	105.881	72.207	33.674
<i>Formatos de Tiendas</i>	8	4	4
<i>Provincias/ Departamentos</i>	4	2	2

Nuestra historia

2008	En febrero nace la primera tienda Sodimac en Argentina, en el partido de San Martín. Ese mismo año sumamos tres tiendas más (Malvinas Argentinas, San Justo y Villa Tesei).
2010	Apertura de tiendas en Vicente López y en el <i>shopping</i> Tortugas Open Mall.
2012	Ingreso de Sodimac al interior del país: inauguración de la séptima tienda ubicada en la provincia de Córdoba.
2014	Inauguración de la octava tienda en La Plata.
2015	Lanzamiento del primer reporte de sostenibilidad Sodimac Argentina y Uruguay. Sodimac abrió sus dos primeras tiendas en Uruguay.
2016	Publicación de la política de Sostenibilidad. Creación del Comité de sostenibilidad de Sodimac Argentina y Uruguay. Primera medición Index de sostenibilidad Argentina. Sodimac Uruguay abre su tercera tienda en la ciudad de Maldonado.
2017	Adhesión a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres.
2018	Inauguración de una nueva tienda en Argentina, ubicada en Adrogué.
2019	Se cumplen 11 años en Argentina.
2021	Sodimac Uruguay abre su cuarta tienda en Plaza Italia.
2022	Lanzamiento del nuevo propósito: Simplificar y Disfrutar más la vida.
2023	Redefinición de los valores para cumplir con el propósito: somos un solo equipo, nos movemos ágilmente, nos apasionamos con el cliente y cuidamos el futuro.

Tiendas, Productos y Servicios

DESARROLLAMOS FORMATOS Y CRUZAMOS FRONTERAS, PARA ACERCARNOS A NUEVOS CLIENTES Y MERCADOS MANTENIENDO NUESTRA IDENTIDAD.

Queremos ser una empresa líder en proyectos para el hogar y la construcción. Trabajamos para inspirar a clientes y hacer propuestas accesibles en pos de mejorar la calidad de vida en sus hogares.

Con este objetivo, implementamos una exitosa estrategia de segmentación de mercado en el desarrollo del negocio, basada en diferentes formatos de ventas y servicios complementarios. Actualmente procuramos incorporar en un solo lugar todos los formatos de venta, sin dejar de lado la estrategia particular de cada formato que apunta a dar el mejor servicio posible.

Nos focalizamos en satisfacer las necesidades de mejoras y decoración de los hogares y en desarrollar y proveer soluciones completas a los proyectos de construcción de nuestros clientes, ofreciendo calidad, asesoramiento, venta y despacho de productos.

MODELO DE NEGOCIO

Mercados

- Mejora del hogar
- Mantenimiento y reparación del hogar
- Obras nuevas

Clientes

- Familias (dueños y dueñas de casa)
- Especialistas (contratistas, pequeños especialistas)
- Empresas (constructoras medianas y grandes)

Formatos de Tiendas

- **Sodimac Homecenter**

Dirigido a personas que buscan remodelar o simplemente generar mejoras en sus hogares mediante la adquisición de productos como muebles, equipos de aire, iluminación, organización, pisos y alfombras, electricidad, jardín, etc.

- **Sodimac Constructor**

Orientado a atender las necesidades de remodeladores, contratistas, arquitectos, especialistas e instaladores. Focalizado en contar con un amplio surtido y stock adecuado, brindando un asesoramiento profesional en el servicio de atención al cliente.

- **Venta Empresas**

Dirigido a grandes empresas constructoras, con un alto nivel de demanda. Aquí encontrarán todo lo que necesitan en importantes volúmenes, con logística especial y un equipo de ventas altamente especializado.

- **Sodimac.com.ar/uy**

Canal de venta a distancia y servicios.

En todas nuestras tiendas contamos con departamentos de: maderas, aberturas, ferretería, herramientas, plomería, iluminación, electricidad, pisos y revestimientos, baños y cocinas, bazar, muebles y organizadores, textil y jardín. Además, contamos con otros departamentos que brindan servicios especializados a nuestra cartera de clientes.

Marcas Propias

Nuestras marcas propias están presentes en todos los países donde operamos. Son una oferta atractiva para nuestra cartera de clientes, y es por ello que siguió aumentando su porcentaje de participación en las ventas totales.

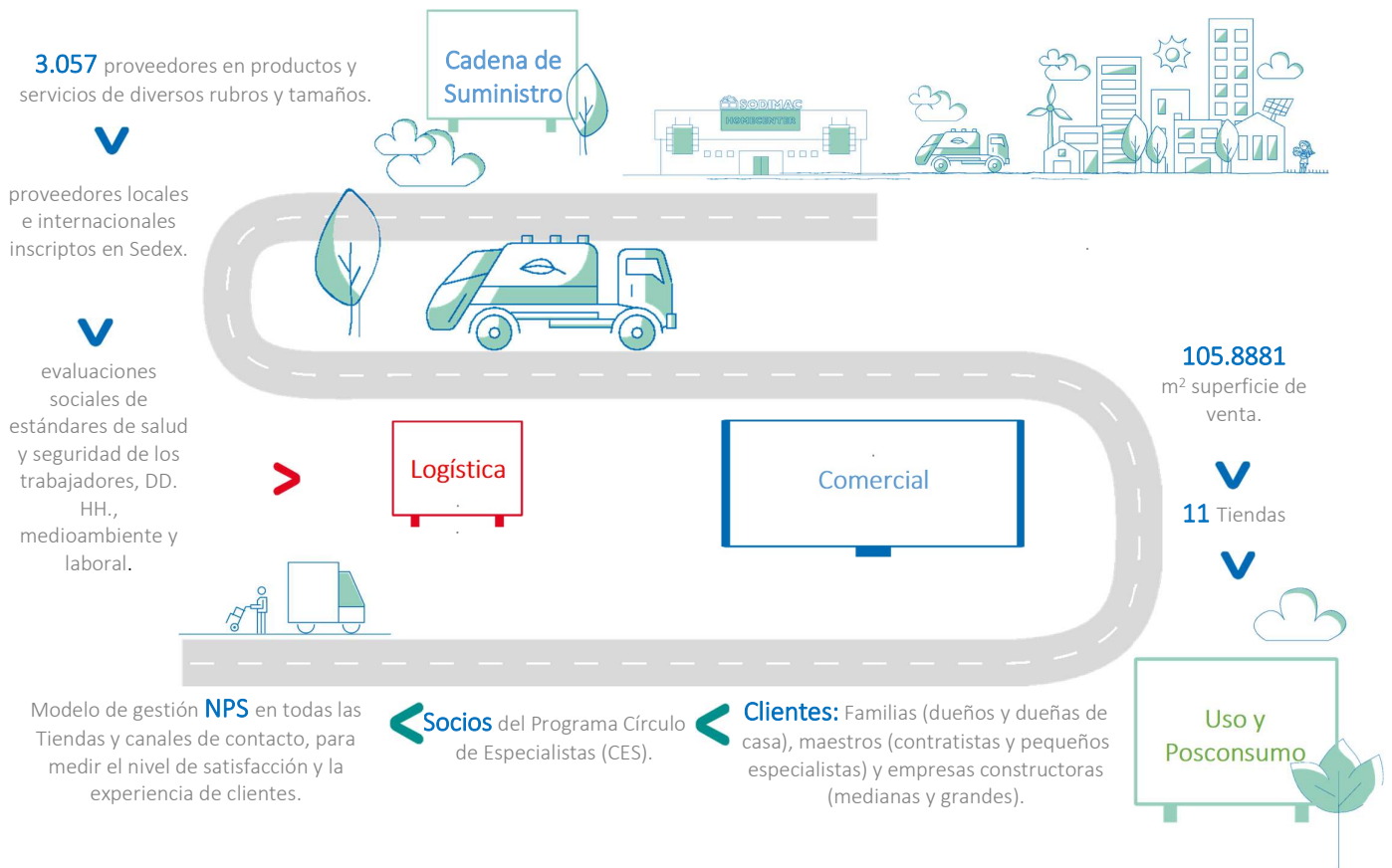


Para conocer más sobre nuestras Tiendas Sodimac Argentina
<https://www.sodimac.com.ar/sodimac-ar/content/a640001/Tiendas>

Para conocer más sobre nuestras Tiendas Sodimac Uruguay
<https://www.sodimac.com.uy/sodimac-uy/content/a580001?cid=hom287>

CADENA DE VALOR

Integramos la sostenibilidad en toda nuestra cadena de valor, desde proveedores y clientes hasta el ciclo final de vida de los productos que comercializamos.



Alianzas e Iniciativas

Tenemos alianzas y nos relacionamos con diferentes organizaciones. Asimismo, contribuimos al desarrollo de políticas públicas, intercambiamos mejores prácticas y aportamos nuestra experiencia y nuestro conocimiento participando en diversas iniciativas.

Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPS)

En 2017 nos comprometimos con los **Principios para el Empoderamiento de las Mujeres** de Mujeres ONU. Estos principios tienen como objetivo lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. La firma de los Principios nos permite continuar con nuestros esfuerzos de empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad, desde un enfoque de igualdad de género, encuadrándolo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 (ODS 5).

Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)

Somos miembros de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.

Cámara Argentina de Comercio y Servicios

Somos miembros de la Cámara Argentina de Comercio y Servicios.

Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay

Somos miembros de la Cámara Uruguaya de Comercio y Servicios.

Cámara de la Economía Digital del Uruguay.

Somos miembros de la Cámara de la Economía Digital

2. SOSTENIBILIDAD, DIÁLOGO Y TRANSPARENCIA



Contenidos GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-12, 2-13, 2-14, 2-29, 3-1, 3-2

2.1 Compromiso con la Sostenibilidad

NOS COMPROMETEMOS EN SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE, TANTO CON NUESTRA CARTERA DE CLIENTES, COLABORADORES, PROVEEDORES, MEDIO AMBIENTE Y LA SOCIEDAD EN GENERAL, BUSCANDO APORTAR AL DESARROLLO DE LOS LUGARES EN LOS QUE ESTAMOS PRESENTES.

En Sodimac contribuimos a una sociedad más justa y solidaria. Participamos activamente para fomentar el desarrollo social, económico y ambiental de manera sostenible, trabajando con colaboradores y sus familias, con clientes, proveedores, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar la calidad de vida.

Concebimos el negocio como un avance continuo equilibrando nuestro desempeño económico, social y medioambiental e incorporando, en este compromiso, a todos nuestros grupos de interés.

Nuestros Grupos de Interés

Para identificar y clasificar a nuestros grupos de interés, hemos construido un sistema de análisis y monitoreo sobre la base de la Guía AA100SES de *Accountability*, que abarca distintas dimensiones: responsabilidad, influencia, cercanía y dependencia y representación.

A través de múltiples canales de diálogo, continuamos relacionándonos con ellos, relevando sus expectativas, fomentando la transparencia y revisando los aspectos materiales que nos atañen en el ejercicio de nuestras operaciones y actividades.

Grupo de Interés	Canales de Comunicación y Diálogo	Nuestro Compromiso
Personal	<ul style="list-style-type: none"> Canal de televisión digital vía Intranet Carteleras Buzón de sugerencias Inducciones y jornadas de capacitaciones Cursos desarrollo de líderes de Tienda Desarrollo de líderes de caja y desarrollo de líderes gerenciales Sistema de contacto de RR. HH. Reporte de Sostenibilidad Canal de integridad Diálogo sindical Diálogos comités paritarios Reuniones de confianza Reuniones de inducción y seguimiento Política de puertas abiertas Reuniones bimestrales Reuniones matinales Reuniones semanales de Jefaturas Desayunos de los mejores del trimestre con gerentes Evaluación de desempeño 	<p>Buscamos brindar un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes con el personal y respeto a la libertad sindical. Incentivamos el diálogo como mecanismo esencial de relacionamiento y la participación y los estilos de liderazgo modernos, con énfasis en el desarrollo y el aprendizaje constante, la calidad de vida y el bienestar integral, el cuidado y la seguridad de nuestros trabajadores, el respeto a la dignidad de las personas y la diversidad, y fomentamos un sano orgullo de pertenecer a nuestra Compañía.</p>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Buzón de consultas del sitio web Reporte de Sostenibilidad Redes sociales Canal de integridad 	<p>Nuestra cartera de clientes es el centro de nuestro quehacer, a través del comercio y el <i>marketing</i> responsable, asegurando la disponibilidad, la calidad y la seguridad de</p>

Grupo de Interés	Canales de Comunicación y Diálogo	Nuestro Compromiso
	<p>Servicios de atención a clientes <i>Call Center</i>, atención a clientes Red de oficinas comerciales y puntos de venta Modelo de gestión <i>Net Promoter Score (NPS)</i> Encuestas de satisfacción Líneas directas de atención</p>	<p>nuestros productos, respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas, y cumpliendo nuestras promesas: aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor experiencia en el servicio.</p>
Proveedores	<p>Líneas directas de atención: teléfono y correo electrónico Encuestas TCS para consultas, reclamos y quejas Feria de productos <i>Line review</i> Reporte de Sostenibilidad Canal de integridad Reuniones periódicas con gerencia de control de calidad Reuniones con gerentes de línea Visita a las plantas de proveedores</p>	<p>Tratamos a nuestras empresas proveedoras de manera transparente y justa, rigiéndonos por un marco general que se funda en el concepto de aprovisionamiento responsable; desarrollamos relaciones de largo plazo como socios estratégicos de nuestra cadena de valor, realizando acciones que valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.</p>
Gobierno y Organismos de Control	<p>Reporte de Sostenibilidad Reuniones periódicas Diálogo permanente con los organismos de interés</p>	<p>Velamos por el cumplimiento normativo y un comportamiento ético y transparente en nuestro desempeño económico, social y medioambiental. Nos regimos por los lineamientos que conforman el marco conceptual mundialmente aceptado en materia de sostenibilidad, por nuestro Sistema de Gestión Ética y viviendo los valores que se dan a conocer en nuestras normas éticas internas para la gestión diaria de la Compañía.</p>
Accionistas y Socios del Grupos	<p>Líneas directas de atención: teléfono y correo electrónico Reporte de Sostenibilidad Reuniones con el Directorio Reuniones con Gerencia General, Reuniones de Comité (de Riesgo Operacional, de Riesgo TI, de Riesgo Cumplimiento y de Riesgo Seguridad Física) Jornadas de reuniones y videoconferencias</p>	<p>Buscamos construir una relación mutuamente beneficiosa, basada en el diálogo y en la gestión responsable de nuestros impactos en las comunidades donde estamos presentes. Ampliamos el acceso a productos y servicios a sectores de menores ingresos, buscando aportar a una mejora efectiva de su calidad de vida; fomentamos la empleabilidad local, ofrecemos capacitaciones a clientes y a la comunidad, potenciamos la participación de nuestro personal en voluntariado corporativo y estrechamos alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.</p>
Comunidad	<p>Página web y redes sociales Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico y teléfono Retroalimentación con públicos de interés (Reporte de Sostenibilidad) Estudio Pulso (previo a la apertura de Tiendas) Reuniones con organismos locales y municipios de la localidad de las Tiendas</p>	<p>Buscamos construir una relación mutuamente beneficiosa, basada en el diálogo y en la gestión responsable de nuestros impactos en las comunidades donde estamos presentes. Ampliamos el acceso a productos y servicios a sectores de menores ingresos, buscando aportar a una mejora efectiva de su calidad de vida; fomentamos la empleabilidad local, ofrecemos capacitaciones a clientes y a la comunidad, potenciamos la participación de nuestro personal en voluntariado corporativo y estrechamos alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.</p>

2.2 Gestión de la Sostenibilidad

COMO VÍA DE DESARROLLO, HEMOS PLANTEADO EL CRECIMIENTO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE EN EL TIEMPO, A TRAVÉS DE LA ADOPCIÓN DE TRES PILARES DEFINIDOS COMO CORPORATIVOS: CRECIMIENTO, RENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD.

En Sodimac, enfrentamos en la región un escenario competitivo lleno de oportunidades, pero, también, de grandes desafíos. Los desafíos de los mercados de la región son cada vez más complejos y específicos. En este sentido, nos embarcamos en una **Estrategia de Crecimiento Responsable**, que requiere adaptar y homologar nuestros procesos a

nivel regional. También, se enmarca en la [Política de Sostenibilidad](#), que unifica los compromisos de la Empresa en todas sus unidades de negocio y que busca avanzar en los compromisos asumidos con objetivos, metas, proyectos estratégicos e indicadores claros, para medir los avances en las siguientes dimensiones:

Estrategia de Crecimiento Responsable		
Crecimiento	Rentabilidad	Sostenibilidad
Trabajamos para mejorar la experiencia del cliente, que se traduzca en su mayor preferencia hacia nosotros y, por lo tanto, en mayores ventas. Crece nuestra casa, nuestros trabajadores y nuestros clientes.	Nos desafiamos para mejorar continuamente y alcanzar los resultados que nos permitan superar nuestras metas.	En esta casa somos respetuosos de todos quienes nos rodean: trabajadores, proveedores, comunidades y medioambiente. Juntos construimos un mejor futuro.

Lineamientos de Sostenibilidad		
<p>Nuestros trabajadores</p> <p>Sodimac busca ser un buen lugar para trabajar, ofreciendo espacios de desarrollo laboral basados en el respeto a la dignidad de las personas y en la diversidad e inclusión, con relaciones fluidas y transparentes basadas en el diálogo y el respeto a la libertad sindical, con énfasis en el desarrollo y un aprendizaje constante, garantizando la calidad de vida, bienestar integral y el cuidado y la seguridad de sus trabajadores.</p>	<p>Gobierno corporativo y ética Empresarial</p> <p>Sodimac exige un comportamiento responsable en todos los niveles y unidades de negocio de la organización, desde la alta gerencia hasta las áreas operativas, sobre la base de parámetros establecidos en el Código de Ética interno, un Sistema de Integridad y Canales de Denuncia. Este marco de referencia promueve el respeto de los derechos humanos y la transparencia, para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, reputación y confianza depositadas en la empresa por sus partes interesadas.</p>	<p>Nuestros clientes</p> <p>El cliente está en centro de las actividades de la empresa y, como tal, se promueve una comunicación responsable que asegure la calidad, disponibilidad y la seguridad de productos y servicios, los cuales, de manera creciente, deben ser sostenibles y/o basados en los principios de la economía circular. Lo anterior, respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas, cumpliendo las promesas de venta, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, y entregando información clara, completa y con la mejor experiencia de compra.</p>
<p>Compromiso con la comunidad</p> <p>Con las comunidades la empresa busca construir relaciones de confianza basadas en el diálogo y una gestión responsable de sus impactos, con una activa participación de sus trabajadores a través de labores de voluntariado corporativo, y estrechando alianzas con instituciones que tengan intereses y objetivos comunes. Con este objetivo, se promueven acciones participativas e inversiones sociales que, desde la propia naturaleza de la organización, permiten mejorar efectivamente su calidad de vida y fomentan la empleabilidad local.</p>	<p>Nuestros proveedores</p> <p>Los proveedores son socios estratégicos de la cadena de valor. Con ellos se busca desarrollar vínculos de confianza mutuamente beneficiosos y de largo plazo, basados en el diálogo, reglas claras, la transparencia y políticas de gestión responsables que impulsen, valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de las empresas proveedoras en los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.</p>	<p>Compromiso con el medio ambiente</p> <p>Bajo un decidido compromiso institucional con la lucha en contra los efectos del cambio climático, Sodimac se ha impuesto la meta de ser carbono neutral a 2030. Para ello, la compañía a nivel local se esfuerza activamente por disminuir y mitigar sus impactos, buscando mejorar su desempeño ambiental aplicando los conceptos de la economía circular en toda la operación. En este sentido, impulsa el uso eficiente de los recursos naturales, hídricos y energéticos, y fomenta la toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente en todos los públicos de interés con los cuales la empresa interactúa.</p>

Para responder a estos desafíos, hemos diseñado la **Herramienta de Evaluación de la Estrategia de Crecimiento Responsable**. Esta permite que los objetivos e indicadores de Sodimac incorporen los resultados de la gestión económica, social y ambiental en forma integral, para que sirva de base para generar incentivos a la Alta Dirección y al resto del personal.

Comité de Sostenibilidad

EL PROPÓSITO DEL COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD ES NUTRIR Y FORTALECER A TODAS LAS ÁREAS DE SODIMAC ARGENTINA EN LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL NEGOCIO, COMO ASÍ TAMBIÉN GESTIONAR Y ASEGURAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE CADA GERENCIA EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD.

Considerando que la sostenibilidad es un pilar fundamental en nuestra estrategia de negocio, es importante que nuestra gestión sea transversal a todas las gerencias de la Empresa. Por eso, desde 2016, el **Comité de Sostenibilidad**, presidido por el Gerente General y conformado por líderes de cada gerencia, lidera la gestión de la sostenibilidad en Sodimac analizando las expectativas de los grupos de interés, evaluando los impactos reales y/o potenciales en materia de sostenibilidad y presentando al Directorio los avances y las conclusiones en la materia.

Índex de Sostenibilidad

A NIVEL INTERNO, Y REGIONALMENTE, CONTAMOS CON UN ÍNDEX DE SOSTENIBILIDAD, QUE NOS PERMITE MEDIR Y GESTIONAR TODOS NUESTROS PROCESOS, ADOPTAR BUENAS PRÁCTICAS Y POTENCIAR NUESTRO COMPROMISO DE CONTRIBUIR AL DESARROLLO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL DE MANERA SOSTENIBLE.

El Índex de Sostenibilidad es un instrumento específico que evalúa la gestión de la sostenibilidad a nivel de todas las operaciones en Latinoamérica, teniendo en cuenta los seis pilares de gestión adoptados:

Gobierno Corporativo	Colaboradores	Medioambiente
Proveedores	Cientes	Comunidad

Nos permite evaluar el grado de alineación a prácticas de clase mundial, inspiradas en los lineamientos de los grandes instrumentos internacionales de sostenibilidad reconocidos a nivel global. También, el nivel de integración de los temas materiales o estratégicos de sostenibilidad en la gestión de la Compañía, como reflejo de la madurez con que incorporamos los impactos reales y potenciales, derivados de nuestras decisiones y actividades.

Este índice mide, anualmente, los avances de nuestra gestión sostenible, la cual es evaluada por un tercero independiente². El año 2023 correspondió al quinto período de aplicación de este Índex de Sostenibilidad y Sodimac Argentina obtuvo, como resultado global, un crecimiento de 1 punto con respecto al Índex de 2019. Un gran paso considerando los cambios organizacionales producidos a partir del 2020, donde debimos suspender nuestra medición anual.

Índex 2016 27%	Índex 2017 34%	Índex 2018 48%	Índex 2019 51%	Índex 2023 52%
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

A partir de 2024 daremos iniciado el proceso de incorporar a Sodimac Uruguay en índice.

Lineamientos de Sostenibilidad

VINCULAMOS EL CRECIMIENTO Y EL DESARROLLO DE NUESTRA ACTIVIDAD COMERCIAL CON LAS MEJORES PRÁCTICAS LOCALES E INTERNACIONALES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD.

Nos comprometemos con las mejores prácticas locales e internacionales en materia de sostenibilidad:

- **ISO 26000** - Es una norma que actúa como guía para la formación de la responsabilidad social de las empresas, con una conducta ética y transparente, en pos de la sostenibilidad global y según reglamentaciones internacionales.
- **OCDE** - Directrices para empresas multinacionales en los ámbitos de gobernanza, ambiental y social.









² Universidad de Vincular, Chile.




- **Pacto Global de Naciones Unidas-** A nivel corporativo, Sodimac suscribe a **los principios del Pacto Global** de Naciones Unidas, referentes a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción. A nivel local, trazamos nuestras líneas de sostenibilidad alineadas a estos principios.
- **Human Right Compliance Assessment (HRCA)** - Herramienta diseñada para detectar riesgos de Derechos Humanos en las operaciones de las empresas. Cubre todos los Derechos Humanos reconocidos internacionalmente y su impacto en todas las partes interesadas: empleados, comunidades locales, clientes y gobiernos.
- **Principios para el Empoderamiento de las Mujeres** - Ofrecen un conjunto de reflexiones, destinadas a ayudar al sector privado a centrarse en los elementos clave para la promoción de la igualdad de género en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.
- **Global Reporting Initiative (GRI)** - Organización sin fines de lucro, cuyo fin es dar un marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad en el ámbito institucional. En este sentido, establece los principios e indicadores que se utilizan para medir y dar a conocer el desempeño económico, ambiental y social.

COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Asumimos el desafío de comenzar a incorporar a nuestra gestión los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, aprobados por los estados miembros de las Naciones Unidas, utilizando la herramienta *SDG Compass* del Pacto Global, WBCSD y GRI. Llevamos adelante un proceso de entendimiento y análisis de cómo podemos contribuir al desarrollo sostenible analizando los objetivos y las metas vinculados con nuestro negocio, tanto para minimizar nuestros impactos negativos como para maximizar los positivos, desde nuestra propia actividad, colaborando para crear un mundo mejor, más consciente de sus recursos naturales, más inclusivo y más equitativo.

Los ODS identificados como relevantes para Sodimac han sido vinculados con los aspectos materiales y con las dimensiones de nuestra Política de Sostenibilidad, y su gestión se expone en cada capítulo de este Reporte.

ODS	Objetivo	Como contribuimos desde Sodimac Argentina
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	Buscamos generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante nuestros programas de calidad de vida. Nuestra Política de Salud y Bienestar establece los lineamientos generales mediante los cuales se fomenta una vida sana, equilibrada, tendiente a mejorar el bienestar físico y psicológico de nuestro personal.
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	Fomentamos programas de capacitación y desarrollo con el objetivo de brindar una formación integral como profesionales en retail.
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	Nos comprometemos desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras.
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna	Estamos avanzando en el abastecimiento con energías renovables.
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	Estamos comprometidos en velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de nuestras actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos).
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	Estamos comprometidos en la construcción de sus tiendas con un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas.
	Reducir la desigualdad en y entre los países	La integración y la inclusión son parte de nuestra estrategia de sostenibilidad. Conscientes y comprometidos con ellas, construimos una alianza con Fundación Discar , incorporando colaboradores con discapacidad intelectual y del desarrollo.
	Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles	Nuestras iniciativas de voluntariado corporativo buscan contribuir al desarrollo de las comunidades donde estamos presentes.

ODS	Objetivo	Como contribuimos desde Sodimac Argentina
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Creemos que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente y comparable el desempeño económico, social y medioambiental.
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	Estamos comprometidos en la lucha contra el cambio climático buscando no solo disminuir el impacto de nuestras operaciones, sino, además, contribuir a generar conciencia y a motivar cambios positivos entre nuestra cartera de clientes.
	Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.	Desarrollamos el negocio bajo estrictos parámetros éticos, velando por el cumplimiento de la normativa y por los derechos civiles y laborales de las personas.

DIRECTRICES DE LA OCDE PARA EMPRESAS MULTINACIONALES

Las **Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales** enuncian principios, buenas prácticas y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable, compatible con las legislaciones aplicables. La vocación de las Directrices es garantizar que las actividades de las empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar su contribución al desarrollo sostenible.

Apartado	Materia fundamental	2018	2019	2022	2023
I	Principios Generales	78%	78%	78%	78%
II	Divulgación de la Información	81%	81%	69%	81%
III	Derechos Humanos	75%	75%	75%	75%
IV	Empleo y Relaciones Laborales	71%	71%	71%	71%
V	Medioambiente	54%	57%	57%	57%
VI	Lucha contra la Corrupción, las Peticiones de Soborno y Otras Formas de Extorsión	86%	93%	93%	93%
VII	Intereses de los Consumidores	84%	84%	84%	84%
VIII	Ciencia y Tecnología	25%	25%	25%	25%
IX	Competencia	81%	81%	81%	81%
X	Cuestiones Tributarias	75%	75%	75%	75%
	Evaluación Final	79%	80%	79%	80%

***En 2023, retomamos el proceso de publicación anual de nuestro reporte de sostenibilidad.**

ISO 26000

Continuando con el proceso de adopción de la **ISO 26000** como documento de referencia, abordamos las siete materias fundamentales propuestas por la norma, para integrar e implementar mejores prácticas en nuestra gestión. El proceso de medición interno frente a las siete materias nos permite definir cuáles son los principales logros y los desafíos a futuro, alcanzando un grado de cumplimiento de acuerdo con el siguiente detalle:

Apartado	Materia fundamental	2018	2019	2022	2023
I	Gobernanza de la Organización	90%	90%	81%	81%
II	Derechos Humanos	77%	79%	79%	79%
III	Prácticas Laborales	85%	87%	89%	89%
IV	Medioambiente*	30%	38%	40%	42%
V	Prácticas Justas de Operación	70%	77%	78%	78%
VI	Asuntos de Consumidores	77%	80%	81%	81%
VII	Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	52%	55%	55%	55%

Evaluación Final	69%	72%	72%	72%
------------------	-----	-----	-----	-----

*En 2023, comenzamos a medir nuestra huella de carbono en nuestra logística de abastecimiento.

Para el criterio de evaluación interno que llevamos adelante hemos utilizado un sistema de medición de acuerdo al siguiente detalle:

- No hay práctica relacionada
- Hay prácticas relacionadas, pero sin metodología, evaluación ni medición
- Hay una metodología documentada y desplegada para llevar adelante la práctica relacionada
- Hay registro de datos en cantidad y calidad suficiente
- Se realiza un seguimiento sistematizado, medición periódica, análisis, evaluación y mejora de la práctica relacionada.

2.3 Sobre el Reporte

Utilizando como referencia los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), en nuestro 7° Reporte de Sostenibilidad damos cuenta de la gestión económica, social, ambiental y de gobernanza en el período desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2023³. En esta oportunidad se suma la información de Sodimac Uruguay.

Nuestros Reportes de Sostenibilidad

<https://www.sodimac.com.ar/sodimac-ar/content/a1100008/Rendicion-de-Cuentas>

Contacto:

Francina Meccia, Jefa de Calidad de Vida. lmfrancina@sodimac.com.ar

Como parte del Grupo, contamos con un proceso formal para identificar los temas más importantes para Sodimac y sus grupos de interés en todos los ámbitos de la sostenibilidad. Este consta de los siguientes pasos:

1er Paso - Identificación

La identificación de los asuntos materiales surge de los elementos que se detallan a continuación, los cuales son el punto de partida del proceso: Propósito, Misión, Visión y Valores de Sodimac. Política de Sostenibilidad. Código de Ética. Lineamientos establecidos según los Estándares GRI. Principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Aquellas cuestiones que han sido identificadas como relevantes por parte de la Dirección de la Empresa. Aquellos principales aspectos que fueron surgiendo a partir de las reuniones con todas las áreas que participaron del proceso de elaboración del Reporte. El diálogo continuo que mantenemos con nuestros grupos de interés.

2do Paso - Priorización

De la lista de aspectos obtenidos en el 1er paso, se realizó un ejercicio interno de valorización y priorización de estos y se estimó un umbral de relevancia para identificar los temas más relevantes, a fin de incluirlos en el Reporte. El procedimiento y los temas que surgieron fueron revisados y aprobados por el Gerente General.

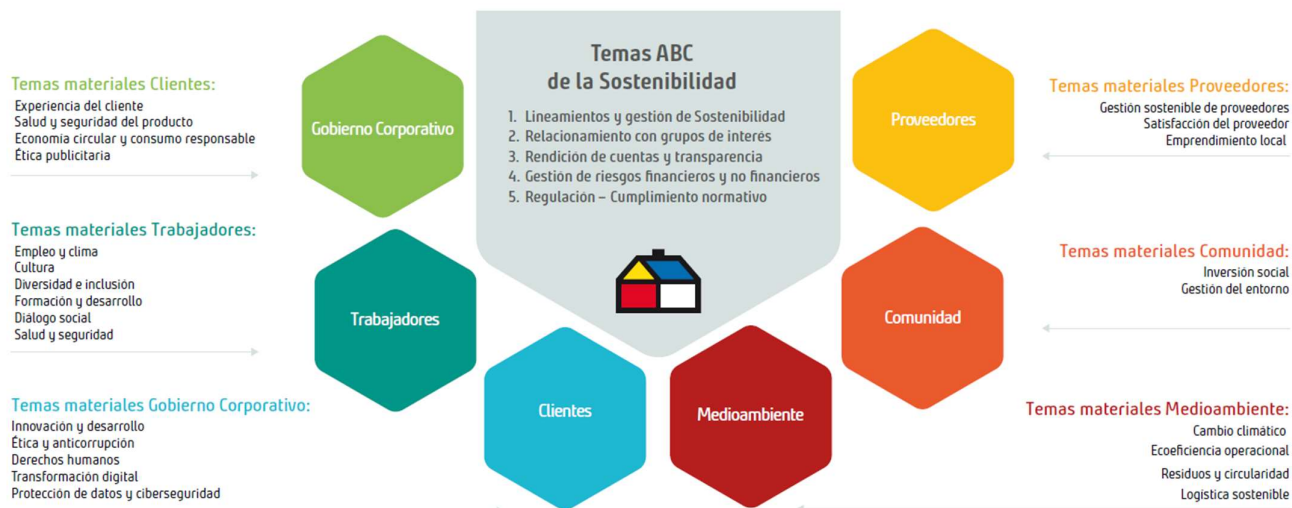
3er Paso - Validación

Una vez concluido el análisis, procedimos a la validación de los aspectos y asuntos materiales identificados, para garantizar el alcance, la cobertura y los tiempos del relevamiento de la información.

EL PROCESO DE MATERIALIDAD ES UNA OPORTUNIDAD PARA ANALIZAR LOS IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS, REALES Y POTENCIALES, DEL NEGOCIO A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR, E IDENTIFICAR LOS RIESGOS Y LAS OPORTUNIDADES QUE SE DEBEN GESTIONAR.

³ Considerando el proceso interno y la etapa en que nos encontramos en la comunicación de nuestro desempeño económico, social y ambiental, evaluaremos, para sucesivos reportes, la recomendación que realiza GRI de someter el reporte a un proceso de verificación externa.

Los temas destacados en el siguiente cuadro muestran los aspectos materiales para la Compañía y sus grupos de interés, y dónde cada tema tiene un impacto:



Pilar Sodimac	ISO 26000	Tema Material	Estándar GRI	Impacto en la Cadena de Valor							
				Cadena de Suministro		Logística		Comercial		Uso y Posconsumo	
				Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto
Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	Gobernanza de la Organización Derechos Humanos	Ética y anticorrupción	205 206	X		X		X		X	
		Transformación digital	-	X		X		X		X	
		Innovación y desarrollo	-		X	X		X		X	
		Derechos Humanos	406 407 408 409								
		Protección de datos y ciberseguridad	418								
Nuestros Trabajadores	Prácticas Laborales Derechos Humanos	Salud y seguridad	403		X	X		X			
		Formación y desarrollo	404					X			
		Empleo y clima laboral	401			X		X			
		Diversidad e inclusión	405			X		X			
		Cultura	-		X	X		X			
		Diálogo social	-								
Nuestros Clientes	Asuntos de Consumidores Medioambiente	Salud y seguridad de los productos	416	X		X		X		X	
		Experiencia del cliente	-			X		X		X	
		Economía circular y consumo responsable	-					X		X	
		Ética publicitaria	-								
Nuestros Proveedores	Prácticas Justas de Operación	Satisfacción del proveedor	-		X	X					
		Gestión sostenible de proveedores	204 308 414	X		X					
		Emprendimiento local	-								
	Medioambiente	Ecoeficiencia operacional	302 303		X	X		X		X	

Pilar Sodimac	ISO 26000	Tema Material	Estándar GRI	Impacto en la Cadena de Valor								
				Cadena de Suministro		Logística		Comercial		Uso y Posconsumo		
				Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	
Compromiso con el Medio Ambiente		Logística sostenible	-		X	X			X		X	
		Residuos y circularidad	306		X	X			X		X	
		Cambio climático	305		X	X			X		X	
Compromiso con la Comunidad	Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Inversión social	413						X			
		Gestión del entorno	-						X			



Para la elaboración de este reporte, el Comité de Sostenibilidad está llevando adelante un proceso de materialidad, el cual incluye una encuesta a sus principales grupos de interés, para comprender las expectativas sobre la priorización de los temas relevantes para la Compañía y también para saber cuáles son aquellos temas importantes de gestionar a nivel local.

En este sentido, y considerando que nos encontramos en un contexto de global y regional de grandes cambios en materia de nuevas regulaciones que pueden impactar la forma en que gestionamos nuestros impactos, riesgos y oportunidades, los invitamos a responder esta breve encuesta para contribuir a la planificación de nuestra gestión de sostenibilidad:

https://es.research.net/r/Materialidad_Sodimac_Arg_2023

3. GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL



Contenidos GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-15, 2-18, 2-23, 2-26, 3-3, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1 405-1, 406-1, 418-1

Nuestro Compromiso

Velamos por un comportamiento ético y transparente, y por el cumplimiento normativo en nuestro desempeño económico, social y medioambiental, rigiéndonos por nuestro Código de Ética.

Aspectos Materiales

- Innovación y desarrollo
- Ética y anticorrupción
- Derechos humanos
- Transformación digital
- Protección de datos y ciberseguridad

3.1 Gobierno Corporativo

El gobierno corporativo del Grupo Falabella y Sodimac está conformado por un Directorio⁴, cuya función principal es gestionar los asuntos de la empresa en nombre de los accionistas. El mismo está compuesto por nueve miembros que ejercen el cargo por tres años desde la fecha de elección, pudiendo ser reelegidos en forma indefinida. El Directorio no contempla miembros suplentes.

A nivel local, para el cumplimiento y funcionamiento sobre la gestión, administración y supervisión del desempeño económico, social, ambiental y de gobernanza de Sodimac Argentina, el Directorio a nivel corporativo cuenta con **Comité de Directores** integrado por tres miembros, el que se aboca al conocimiento de las materias que la Ley de Sociedades Anónimas le encomienda.

En uso de la facultad legal que permite que el Directorio pueda delegar parte de sus facultades en una Comisión de Directores. En Argentina el Comité de Directores se compone por:

COMITÉ DE DIRECTORES⁵



Presidente (cargo ejecutivo): Ricardo Gabriel Argarate

Ricardo Gabriel Argarate se desempeña como Gerente General de Sodimac Argentina y Uruguay desde agosto del 2021. Es contador público (Universidad de Buenos Aires). Anteriormente fue Gerente General de Falabella Argentina por más de 10 años.

⁴ De acuerdo con lo dispuesto por el artículo 50 bis de la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas, el Directorio de Falabella S.A. cuenta con dos directores independientes: Andrés Roccatagliata Orsini y Germán Quiroga Vilardo. La misma ley establece qué compañías deben contar con directores independientes, en qué casos se considera que un director no es independiente, el proceso de designación del director y las declaraciones que los candidatos a director independiente deben presentar a la compañía antes de su elección.

⁵ La Dirección es designada por la Asamblea de Accionistas, considerando los requisitos de ley, la experiencia y los antecedentes (tanto profesionales como éticos). Las personas que integran el Comité de Directores, que ejercen un cargo ejecutivo, presentan (por lo menos una vez al año, y sin perjuicio de ello, cada vez e inmediatamente de generado un conflicto de interés o potencial conflicto de interés que los afecte) una Declaración de Conflicto de Intereses. El Directorio de Falabella S.A. posee un asesor externo que reviste la calidad de no ejecutivo e independiente.

100% hombres

100% mayores de 50 años.



Vicepresidente (cargo no ejecutivo): Gonzalo Raúl Smith Ferrer

Gonzalo Smith Ferrer, se desempeña como Gerente Corporativo de Asuntos Legales y Gobernanza desde el 16 de diciembre de 2015. Es abogado en Chile y en North Carolina (USA), licenciado en Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile, además posee un LLM de Harvard Law School y un MBA de la Universidad de Arkansas. Anteriormente fue vicepresidente y general counsel de Walmart para todo Latinoamérica; gerente de asuntos legales de Walmart Chile; asociado en Carey y Cía. (Santiago), además de haber trabajado en Cuatrecasas Abogados (Madrid) y Davis Polk & Wardwell (Nueva York).



Director (cargo no ejecutivo): Marcelo Claudio Elicegui

Marcelo Elicegui, se desempeña como CFO de Falabella.com. Contador público (Universidad de Buenos Aires), cuenta con un Master en Gestión de Negocios (UCA), y participó del Programa de Alta Dirección – GMP (The University of Chicago Booth School of Business). Anteriormente se desempeñó como Gerente General de Falabella Financiero Argentina, formando parte del Comité de Sostenibilidad de Sodimac Argentina y Uruguay.

En Uruguay el Comité de Directores se compone por:



Presidente (cargo ejecutivo): Alejandro Arze Safian

Alejandro Arze se desempeña como Gerente General Corporativo de Mejoramiento del Hogar desde marzo de 2020. Es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y cuenta con un MBA de la Sloan School of Management del MIT. Ingresó a Falabella en el año 2000 y ha ejercido distintos roles ejecutivos en los negocios de Sodimac, Seguros, CMR y Banco Falabella. En estas dos últimas empresas, fue gerente general.



Vicepresidente (cargo ejecutivo): Ricardo Gabriel Argarate

Ricardo Gabriel Argarate se desempeña como Gerente General de Sodimac Argentina y Uruguay desde agosto del 2021. Es contador público (Universidad de Buenos Aires). Anteriormente fue Gerente General de Falabella Argentina por más de 10 años.



Director (cargo no ejecutivo independiente): Mauricio Esteban Chandia Diaz

Mauricio Esteban Chandia Diaz se desempeña como Director independiente de Sodimac. Abogado, Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Diego Portales, cuenta con diversas Diplomaturas en Retail Financiero, Innovación Financiera y Libre Competencia. Fue Gerente de Asuntos Legales y Gobernanza de Falabella Financiero y luego para Banco Falabella.

Inducción en Sostenibilidad

Todo nuevo ingreso y/o reemplazo de directores ejecutivos, no ejecutivos, independientes y no independientes, titulares y/o suplentes recibe una capacitación formal en materia de sostenibilidad y la estrategia de responsabilidad social de Sodimac.

Nuestra Estructura

El Comité Ejecutivo de Sodimac Argentina y Uruguay está compuesto por:

- **Gerencia General:** Ricardo Argarate
- **Gerencia de Personas:** Ignacio Stenta
- **Gerencia de Administración y Finanzas:** Enrique Laplane
- **Gerencia Comercial:** Santiago Lugano
- **Gerencia de TI:** Leandro Tenorio
- **Gerencia de Operaciones:** Guillermo Petrino
- **Gerencia de Logística:** Tomás Ferrari
- **Gerencia Regional Uruguay:** Juan Luis Barandiarán

Sistema de evaluación e incentivos en materia de sustentabilidad

Desde Sodimac Argentina, hemos implementado un sistema de evaluación e incentivos, que tiene como objetivo alinear la *performance* individual con los resultados de la Compañía, fomentando el trabajo en equipo y la colaboración. Este sistema, que aplica tanto para el Gerente General como para gerentes y jefes, potencia la evaluación individual cuando la Compañía cumple con sus metas estratégicas y permite premiar a los colaboradores que tengan una *performance* individual que contempla tantos aspectos financieros como no financieros.

3.2 Desempeño Económico

El 2023 fue un año de crecimiento en ventas, en especial en el canal online, a pesar de un contexto desafiante a nivel económico en Argentina. Por su parte en Uruguay, fue un año difícil para la economía uruguaya, lo que enfrentamos con creatividad e innovación y un plan de eficiencias para alinear los gastos al nivel de actividad. Los clientes profesionales fueron uno de los focos más relevantes en 2023, y las ventas de este segmento crecieron de manera importante.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO ⁶	Grupo de Interés	Sodimac Uruguay		Sodimac Argentina	
		2023	2022	2023	2022 ⁷
Valor Económico Generado (A)		\$3.193.357.771	\$3.294.712.634	\$85.408.452.218	\$26.137.369.224
<i>Ventas netas</i>	Clientes	\$3.155.788.934	\$3.259.396.943	\$80.039.037.322	\$25.425.950.321
<i>Otros ingresos</i>		\$37.568.837	\$35.315.691	\$5.369.414.322	\$711.418.903
Valor Económico Distribuido (B)		\$2.402.002.537	\$2.294.029.260	\$30.895.520.127	\$10.694.493.714
<i>Gastos operacionales</i>	Proveedores	\$1.823.472.109	\$1.762.263.567	\$10.813.595.544	\$4.352.192.079
<i>Sueldos y prestaciones de los empleados</i>	Colaboradores	\$539.697.591	\$499.634.361	\$12.880.880.198	\$4.375.825.603
<i>Pagos a los proveedores de capital</i>	Entidades financieras	\$39.697.351	\$22.833.450	\$1.711.870.627	\$102.461.874
<i>Impuestos</i>	Gobierno	\$39.420.837	\$32.131.332	\$7.201.044.385	\$1.966.476.032
Valor Económico Retenido (A-B)		\$791.355.234	\$1.000.683.374	\$54.512.932.091	\$15.442.875.510

POLÍTICA TRIBUTARIA

Creemos que el correcto pago de los tributos, que gravan nuestro quehacer en cuanto a la naturaleza de nuestras operaciones, los montos y jurisdicciones de pago, no son solamente una obligación legal, sino parte de nuestro compromiso con la comunidad. Nuestra **Política Tributaria** explicita las definiciones, los criterios y las funciones de aplicación general para todas las empresas del Grupo Falabella y Sodimac en materia tributaria, en orden a la materialización de nuestro aporte a la sociedad por vía de los impuestos que debemos pagar, conforme a la legislación aplicable en cada uno de los países en los que operamos.

NUESTRA POLÍTICA TRIBUTARIA TIENE POR OBJETIVO GENERAL GARANTIZAR EL ESTRICTO CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS TRIBUTARIAS, OBTENER LA MAYOR EFICIENCIA EN LA GESTIÓN TRIBUTARIA Y RESGUARDAR NUESTRO EL PRESTIGIO REPUTACIONAL COMO BUEN CIUDADANO CORPORATIVO.

Como parte del Grupo Falabella y Sodimac, nuestros principios tributarios son:

- Cumplir con las obligaciones que las leyes tributarias imponen, aplicando interpretaciones plausibles y de buena fe de las normas impositivas.
- Caracterizar tributariamente todas nuestras operaciones y transacciones de manera veraz, sin dar a estas estructuras o formas que tergiversen la realidad económica subyacente, constitutiva de la legítima razón de negocios de tales operaciones o transacciones, con la finalidad de reducir la carga impositiva aplicable o aprovechar beneficios tributarios que, de otro modo, no nos serían aplicables.
- Relacionarnos de manera colaborativa, veraz y justa con las autoridades tributarias, a través de representantes especialmente designados para estos efectos.
- Todas las decisiones de negocio que tengan una implicancia tributaria deberán considerar estos principios tributarios.

POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA

TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO FALABELLA Y SODIMAC TIENEN INCORPORADAS EN SUS POLÍTICAS COMO EMPRESA, Y EN SU MISIÓN DE NEGOCIOS, EL DEBIDO RESPETO Y CUMPLIMIENTO A LAS NORMAS DE LIBRE COMPETENCIA.

⁶ Es un estado económico financiero, que muestra el valor económico generado por la organización y, simultáneamente, revela cómo este se distribuye entre los diversos grupos de interés que han contribuido a su creación.

⁷ Los datos fueron actualizados en función adecuaciones y/o ajustes identificados sobre los datos comparativos.

La [Política de Libre Competencia](#) tiene como objetivo establecer los principios generales y las normas de conducta específicas, que guían el comportamiento de los colaboradores en el mercado con el fin de prevenir que en, o en relación con, la Compañía, se realicen actividades o conductas contrarias a la libre competencia; y dar cumplimiento a la Normativa de Libre Competencia.

3.3 Ética y Anticorrupción

Impulsamos valores como la honestidad, la vocación de servicio, la equidad, la iniciativa, el trabajo en equipo, el respeto, la transparencia, la lealtad y la conducta ética, asegurándonos de cumplir, con atención y cuidado, el compromiso asumido con la sociedad y el ambiente, tomando responsabilidad por el impacto que pueden tener nuestras decisiones y operaciones.

CÓDIGO DE ÉTICA

EL CÓDIGO DE ÉTICA APLICA A TODAS LAS PERSONAS QUE FORMAMOS PARTE DE SODIMAC, INDEPENDIEMENTE DE LAS ACTIVIDADES Y RESPONSABILIDADES QUE TENGAMOS. ESTO INCLUYE A TODO EL PERSONAL, EJECUTIVOS Y DIRECTORES. ADEMÁS, PROMOVEMOS QUE PROVEEDORES Y TERCEROS EN GENERAL ACTÚEN DE ACUERDO CON ÉL.

El [Código de Ética](#) reúne un conjunto de normas que debemos aplicar en el trabajo, en el mercado y en la sociedad, otorgándole sello y estilo propio a nuestra forma de relacionarnos, de concebir y hacer negocios. El objetivo es construir una organización cada vez más respetuosa de los derechos de cada persona y, al mismo tiempo, otorgar armonía y satisfacción a todo nuestro equipo, favoreciendo la mejora en la productividad, la creatividad y la vinculación de nuestro personal con el Propósito y la Misión, Visión y Valores de la Empresa.

Nos regimos por un estándar ético único reflejado en nuestro **Código de Ética**, nuestra guía de conducta y el documento en el que se reflejan nuestros principios y valores, y que exige que realicemos nuestras actividades respetando a las personas, compitiendo de manera justa en los mercados, transparentando y gestionando los conflictos de intereses y previniendo cualquier forma de corrupción.

Para asegurar que nuestro compromiso con la ética funcione, creamos una estructura organizacional que permite difundir adecuadamente nuestros valores, educar a colaboradores y terceros con los que se relaciona la compañía y gestionar profesionalmente todas las consultas y denuncias que se reciban.

CONSEJEROS DE INTEGRIDAD

Son colaboradores que han recibido un entrenamiento especial y por tanto están capacitados para asesorarnos en temas de integridad, aclarando dudas e inquietudes y canalizando de forma confidencial las denuncias que se les planteen.

Contamos con un total de 23 personas por Argentina y 5 personas por Uruguay de consejeros e investigadores que se capacitan anualmente.

GERENCIA DE ÉTICA

Es el área de la Gerencia de Asuntos Legales que está a cargo de velar por el buen funcionamiento de nuestro Programa de Ética y el cumplimiento del Código de Ética, recibiendo y gestionando las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial. Adicionalmente desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a los colaboradores en nuestra ética.

OFICIAL DE ÉTICA

Es aquel colaborador designado por el Gerente General para que actúe como interlocutor entre la compañía y la Gerencia de Ética.

A FIN DE MANTENER Y PROTEGER LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE ÉTICA EN LOS NEGOCIOS, CONTAMOS CON UN CANAL DE INTEGRIDAD, GESTIONADO INTERNAMENTE POR LA GERENCIA DE ÉTICA, QUIEN ESTÁ A CARGO DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOS CASOS Y DEL MANEJO DE LA PLATAFORMA.

Además, contamos con un **Canal de Integridad**⁸ a través del cual se pueden realizar consultas, o denunciar cualquier mala práctica o conducta inapropiada de manera anónima, confidencial y sin represalias. Es una plataforma para recibir consultas y reportes o denuncias acerca de hechos, conductas o situaciones que puedan comprometer la integridad de nuestro lugar de trabajo. Los contactos (que pueden ser anónimos) se reciben de manera confidencial y son tratados desde el principio hasta el fin, así como conservados con estricta confidencialidad. El **Canal de Integridad** está disponible tanto para nuestro personal como para cualquier tercero: proveedores, contratistas, clientes y público en general.

Toda la información que recibimos por los distintos medios de acceso al **Canal de Integridad** son tratadas de forma estrictamente confidencial, resguardando la identidad de la persona que hace la consulta o denuncia, del denunciado y de todas las personas que participen en una eventual investigación, así como de los antecedentes de la misma.

Argentina	
Temas denunciados	Total 2023
Denuncia - comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	4
Denuncia - comportamiento inapropiado con connotación sexual	5
Denuncia - infracciones a la normativa interna	1
Denuncia-violencia en el lugar de trabajo (violencia física o amenazas contra la integridad de las personas)	1
No ético	24

Uruguay	
Temas denunciados	Total 2023
Denuncia - comportamiento inapropiado (lenguaje o trato inadecuados)	12
Denuncia - comportamiento inapropiado con connotación sexual	2
Denuncia - infracciones a la normativa interna	2
Denuncia-violencia en el lugar de trabajo (violencia física o amenazas contra la integridad de las personas)	1
Denuncia-conflicto de interés	5
Denuncia-discriminación	2
Denuncia-represalia	1
No ético	9

Ponemos a disposición los siguientes medios, a través de los cuales se puede contactar directamente a la Gerencia de Ética:

Botón de acceso al *link* "Canal de Integridad", ubicado en la Intranet y en la página web <https://canaldeintegridad.ines.cl/sodimac/>

⁸ Por el período que abarca este Reporte, no hemos tenido sanciones, multas ni incidentes derivados del incumplimiento de las leyes, regulaciones o en materia de corrupción. Hemos recibido 35 denuncias y 12 consultas en Argentina, y 34 denuncias y 3 consultas en Uruguay a través de nuestro canal de Integridad.



Además de estar a disposición del público en general, por estar publicado en la página web de la Compañía, el **Código de Ética** de Sodimac es entregado a cada persona al momento de su ingreso, de modo que lo conozca y acepte respetarlo.

Consideramos fundamental la constante capacitación de nuestro personal en estos temas, como así también en políticas y procedimientos de Derechos Humanos. Para ello, diseñamos laboratorios *e-learning*, los cuales nos permiten mayor cobertura y flexibilidad como herramienta de formación en temas de libre competencia, Código de Ética, prevención de lavado de dinero, detección de billetes falsos, entre otros. Asimismo, realizamos todos los años una capacitación obligatoria sobre temas de cumplimiento normativo dirigida a todos los cargos expuestos en diversas materias a saber: prevención de delitos, libre competencia, protección de datos personales, normativa

ambiental y derechos humanos y empresa, entre otros.

Capacitaciones 2023	Uruguay (total participantes)	Argentina (total participantes)
Yo Juego Limpio	33	76
Capacitaciones en Tiendas	-*	117

*En Uruguay las capacitaciones en tienda se realizaron en 2022, se realizan cada 2 años, se programa para 2024.

IMPLEMENTAMOS Y COMUNICAMOS EL NUEVO CÓDIGO DE ÉTICA JUNTO CON EL CANAL DE INTEGRIDAD, TANTO INTERNA COMO EXTERNAMENTE. ENVIAMOS LA MISMA NOTIFICACIÓN A TODO NUESTRO PERSONAL Y A PROVEEDORES, Y LO COLOCAMOS EN EL SITIO WEB PARA QUE PUEDA TENER ACCESO NUESTRA CARTERA DE CLIENTES.

DECLARACIÓN DE ÉTICA

A través de la entrega, la adhesión y el conocimiento del **Código de Ética** por parte de nuestro personal, establecemos normativas claras, con el fin de evitar los actos de corrupción.

PROGRAMA DE INTEGRIDAD

Contamos con un **Programa de Integridad**⁹, que tiene por objeto implementar, efectivamente, un conjunto de acciones, mecanismos y procedimientos internos de promoción de la integridad, supervisión y control, destinados a prevenir, detectar, corregir y evitar la comisión de delitos¹⁰ por parte de cualquier trabajador/a, administrador/a, ejecutivo/a o director/a de Sodimac.

El diseño y la implementación del **Programa de Integridad**, vigente desde el 31 de marzo de 2018, da cuenta de nuestro compromiso organizacional para evitar la comisión de delitos cometidos directa e inmediatamente en interés o en provecho de la Compañía. Por la misma razón, el **Programa de Integridad** es testimonio de que, en el caso de que algún colaborador/a cometa alguno de estos ilícitos, no solo contraviene la cultura de integridad corporativa de la Compañía, sino que, además, tales hechos han tenido lugar a pesar de los esfuerzos desplegados por esta para evitarlo.

⁹ El PDI establece un modelo de prevención de delitos; esto es, una estructura organizacional, recursos, políticas, roles y sus responsabilidades, y procesos y procedimientos que previenen la comisión de los delitos de la Ley.

¹⁰ Cohecho o soborno y tráfico de influencias, nacional y transnacional, negociaciones incompatibles con el ejercicio de funciones públicas, concusión, enriquecimiento ilícito de funcionarios y empleados, balances e informes falsos agravados, delitos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

REFORZAMOS LA COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE INTEGRIDAD INTERNAMENTE Y HACIA LAS EMPRESAS PROVEEDORAS. SE BRINDARON CAPACITACIONES SOBRE EL PROGRAMA, CANAL DE INTEGRIDAD Y NORMAS DE RELACIONAMIENTO CON FUNCIONARIOS PÚBLICOS.

ARGENTINA	
399 personas recibieron por mail el programa de integridad e instructivo de control para la prevención de delitos	189 personas recibieron capacitación sobre el Programa de Integridad.
URUGUAY	
194 personas recibieron por mail el programa de integridad e instructivo de control para la prevención de delitos	37 personas fueron capacitadas sobre el Programa de Integridad.

POLÍTICA ANTISOBORNO

La [Política Antisoborno](#) establece los principios y estándares básicos que guíen el comportamiento de los colaboradores con el fin de mitigar, y en la medida de lo posible evitar, que se realicen actividades o conductas que puedan dar lugar a un soborno.

POLÍTICA DE REGALOS

La **Política de Regalos** establece los principios y criterios generales que orienten el comportamiento de todos los colaboradores en relación con los regalos que, con ocasión de su rol como colaboradores, puedan hacer o recibir.

POLÍTICA DE CONFLICTO DE INTERESES

Nuestra **Política de Conflicto de Intereses** establece los principios y criterios que la Compañía considera aceptables o no, en relación con los conflictos de intereses. Para ello, identifica las situaciones que más comúnmente generan conflictos de intereses, la forma de administrarlos y los deberes de todo el personal.



Miércoles 16 de agosto
10:00 hrs



Te esperamos en esta capacitación, donde repasaremos brevemente situaciones relacionados con Prevención de Delitos, Libre Competencia, Protección de Datos Personales, y Canal de Integridad.

¡Recordá que tu asistencia es **obligatoria**!

FALABELLA

CAMPAÑA YO JUEGO LIMPIO 2023

Una de las acciones del Programa de Integridad es la campaña “Yo Juego Limpio”, mediante la cual se difunden las medidas de prevención de soborno a través de piezas gráficas y digitales, con llegada a todo el personal, proveedores y socios de negocios de la Compañía.

MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS

Contamos con un **Modelo de Prevención de Delitos**, conforme a las disposiciones de la Ley 20.393 de Ley 27.401 de Responsabilidad Penal Empresarial. Este está formalizado en un **Manual de Prevención**, que contiene las disposiciones, las responsabilidades y los deberes autoimpuestos para evitar la comisión, tanto de los delitos indicados en las leyes como otro tipo de delitos por parte de todas las personas que integran la Empresa y colaboradores.

El Modelo de Prevención de Delitos (PDI) aún se encuentra en proceso de aprobación en Argentina y Uruguay ya que se están realizando actualizaciones desde Corporativo, en la actualidad se rige por la aplicación de la [Política de Prevención de Delitos](#) del Grupo, la cual se distribuye a todo el personal y cuyo objetivo es establecer los principios y obligaciones básicas que guíen el comportamiento de los colaboradores con el fin de mitigar, y en la medida de lo posible evitar, que se cometa un delito que genere responsabilidad penal o administrativa al interior de la Compañía.

En el marco de la semana contra la corrupción en diciembre del 2023 se difundieron varias gráficas a través de **VIVA ENGAGE** sobre la prevención de delitos y se dio a conocer al Encargado de Prevención de Delitos.

DIFUSIÓN DEL MODELO DE PREVENCIÓN, DECLARACIÓN DE ÉTICA Y REGLAMENTO INTERNO

Para su actualización y profundización entre nuestros trabajadores y nuestras trabajadoras, difundimos estos documentos a través de las siguientes instancias:

- Capacitación: Se diseñó e implementó un curso vía *e-learning*¹¹ que todo el personal debe realizar cada dos años; es requerida una calificación mínima para aprobar. Este programa se aplica a todo el personal. Se lleva un registro de la asistencia y de la calificación del curso en forma electrónica. Asimismo, se dicta anualmente la capacitación “Yo Juego Limpio”.
- La **Política Corporativa de Prevención de Delitos** está publicada en los paneles de noticias de todas las tiendas, sucursales y oficinas.
- Compromiso de los colaboradores: Todo el personal recibe la **Declaración de Ética** a su ingreso y confirma su adhesión a los principios allí contenidos.
- Con respecto a proveedores, se comprometen contractualmente al cumplimiento de las medidas preventivas incluidas en el **Modelo de Prevención de Delitos**, a través de la inclusión de cláusulas de cumplimiento normativo en los contratos (vendors) que se realizan al momento del alta de proveedor, y en el Portal de Cobranzas.com donde cada proveedor al momento del primer ingreso debe leer y aceptar las cláusulas de cumplimiento que allí figuran para poder avanzar con su gestión.

MECANISMOS DE CONTROL Y CUMPLIMIENTO

Para el control de la aplicación y el cumplimiento de las normas definidas, se consideran las siguientes instancias:

- **Canal de Denuncias para el Personal y Proveedores**, se encuentra en la página WEB de Sodimac Argentina y Uruguay, el acceso está disponible para colaboradores, proveedores, y público en general. Además, en las tiendas se encuentran afiches con un código QR en las carteleras para el acceso directo de empleados. Aquí es donde se reciben las denuncias anónimas que se realizan.
- **Protocolo de Investigación de Denuncias** y de acciones posteriores. La supervisión del modelo es a través de auditorías¹² internas a cargo de la Gerencia de Auditoría Corporativa, que desarrolla un plan anual de auditorías enfocado a los riesgos del negocio, dando prioridad a los que revisten un mayor nivel de riesgo para la Organización. Los resultados de estas auditorías son entregados a través de informes a la Alta Dirección, indicando las principales debilidades de control determinadas, las recomendaciones de auditoría, las acciones comprometidas por las gerencias para su solución, los respectivos responsables de su implementación y las fechas en que se implementarán.

¹¹ El curso e-learning de ética y cumplimiento fue aprobado por 526 colaboradores en Argentina y por 273 colaboradores en Uruguay.

¹² Todos los años se hace una auditoría en base aleatoria de casos desde el Corporativo. Los riesgos que se supervisan son riesgos de incumplimiento de protocolo o procedimiento. Durante el 2023 no se encontró ningún riesgo en Argentina ni en Uruguay.

Durante el 2023 se realizaron 82 auditorías en Argentina y 82 auditorías en Uruguay.

MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN EN TIENDAS

La Gerencia de Auditoría Corporativa desarrolló e implementó un panel de control, cuyo objetivo es realizar auditorías remotas a cada una de las Tiendas y detectar tempranamente cualquier desviación relacionada a los procedimientos establecidos. También, determinar las transacciones inusuales que signifiquen una pérdida monetaria para la empresa o la eventual comisión de irregularidades.

GESTIÓN DE RIESGOS

Con el objetivo de asegurar el desarrollo sano de nuestra actividad y la sustentabilidad en el tiempo y para gestionar en forma adecuada y oportuna los riesgos que pudiesen afectar el logro de nuestros objetivos, la **Política de Gestión Integral de Riesgos**¹³ define, formaliza y difunde los lineamientos de Sodimac para una apropiada Gestión Integral de Riesgos, otorgando un enfoque y lenguaje común, proporcionando un adecuado ambiente de gestión de riesgos en la Compañía.

Contamos con 6 Comités de Gestión de Riesgos, los cuáles se reúnen dos veces por año, de acuerdo con los riesgos identificados dentro de la operación:

- Riesgo de seguridad física
- Riesgo de cumplimiento
- Riesgo TI y seguridad de la información
- Riesgo de Recursos Humanos
- Riesgo de logística
- Riesgo operacional

A su vez, para llevar adelante un proceso de entendimiento y gestión de riesgo, los mismos son analizados según su probabilidad de ocurrencia y su impacto en:

- Vida humana y daño a personas
- Legal y penal
- Reputacional
- Pérdida económica

3.4 Protección de Datos y Ciberseguridad

ENTENDEMOS LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN COMO LA PRESERVACIÓN Y LA PROTECCIÓN DE LA CONFIDENCIALIDAD, INTEGRIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN. NUESTRAS POLÍTICAS SON COMUNICADAS A TODO NUESTRO PERSONAL POR MEDIO DE PIEZAS GRÁFICAS Y DIGITALES VÍA MAIL.

El manejo de la privacidad de la información de nuestra cartera de clientes se apega al respeto a las normas, que nos obligan a mantener reserva de todos sus datos personales y su prohibición de entregar a terceros (incluyendo empresas que tengan relación con Sodimac).

Contamos con una [Política de Privacidad](#), que tiene por objetivo definir los lineamientos generales de seguridad de la información, que permitan garantizar el adecuado uso y protección de todos los archivos de información en los negocios de Sodimac. Además, contamos con una [Política de Cookies](#) cuyo objetivo es ayudar a comprender a nuestros usuarios y clientes cómo y para qué utilizamos las cookies y las opciones que tienen de gestionarlas¹⁴.

LA PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DE CLIENTES ES UNA PRIORIDAD PARA SODIMAC. NUESTRO COMPROMISO ES GARANTIZAR QUE EN TODO TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES QUE REALICEMOS, SIEMPRE RESPETAMOS LOS DERECHOS QUE LA CONSTITUCIÓN Y LAS LEYES HAN CONSAGRADO EN TU FAVOR.

¹³ Se alinea y da cumplimiento a los requerimientos normativos, mejores prácticas y estándares internacionales (COSO ERM, ISO 31.000).

¹⁴ En el período reportado, no hemos recibido reclamos relativos a violaciones de la privacidad y pérdida de datos de clientes.

POLÍTICA DE DATOS PERSONALES

El objetivo de esta Política es establecer los principios y directrices generales que deben guiar el comportamiento de Sodimac y sus colaboradores con el fin de exigir y promover el cumplimiento de la Normativa de Protección de Datos Personales, y adoptar los estándares adecuados que sean necesarios y razonables para garantizar la seguridad y confidencialidad de los Datos Personales que trata.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

LA GESTIÓN Y CONTROL DE RIESGOS ES CLAVE PARA SER UNA ORGANIZACIÓN SÓLIDA, SEGURA Y SOSTENIBLE, ALINEADA CON LOS INTERESES DE LOS COLABORADORES, CLIENTES, ACCIONISTAS Y LA SOCIEDAD.

Contamos con un **procedimiento de gestión de riesgos en seguridad de la información**, cuyo objetivo es definir el modelo corporativo para la gestión de riesgos de seguridad de la información y ciberseguridad, estableciendo las directrices para identificar, analizar, valorar y administrar los Riesgos de Seguridad de la Información, tomando en consideración las amenazas y vulnerabilidades que puedan ocasionar y afectar el impacto en la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los activos que forman parte del ecosistema.

Para acompañar internamente este objetivo, realizamos anualmente capacitaciones y campañas, durante el 2023 se trabajó en:

- Capacitaciones en ciberseguridad
- Campaña Etichal Phishing
- Campaña Plan Awareness SI – Temática de navegación segura

Durante el 2023 participaron un total de 486 personas de Argentina y 354 personas en Uruguay del curso de Seguridad de la Información.

3.5 Derechos Humanos

ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS ACTIVIDADES PASA, EN GRAN PARTE, POR INSTALAR Y FORTALECER LOS MECANISMOS QUE SALVAGUARDAN EL RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS EN TODA SU EXPRESIÓN, ASÍ COMO REFORMAR LOS VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS Y EL RECHAZO A LAS PRÁCTICAS DE CORRUPCIÓN.

Estamos comprometidos en ser una empresa socialmente responsable, con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, medioambiente, nuestra comunidad y la sociedad en general, buscando aportar al desarrollo de Argentina. Por esta razón, nos hacemos cargo de los impactos reales y potenciales también en el ámbito de los Derechos Humanos, y establecemos los mecanismos de mitigación, prevención y remediación al respecto mediante nuestro Sistema de Integridad Corporativa.

Desarrollamos nuestras actividades de acuerdo con la legislación nacional y con los principales instrumentos internacionales, que conforman nuestro marco conceptual:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos, de las Naciones Unidas (ONU).
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de Naciones Unidas (ONU).
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (ONU).
- Directrices para Empresa Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).
- Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Norma internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social.
- Global Reporting Initiative (GRI).

Buscamos cumplir las expectativas de un comportamiento sostenible, respetando los Derechos Humanos en todas nuestras actividades, en cualquier lugar que estemos presentes, en el marco de la normativa internacional reconocida;

especialmente, las orientaciones de los organismos y las normas antes indicadas, junto con los *Principios Ruggie*. Estos promueven proceder con la debida diligencia, identificando y previniendo las eventuales consecuencias negativas que pudiesen provocar nuestras actividades en las personas, además de remediarlas cuando fuera necesario.

Contamos con una [Política de Derechos Humanos y Empresa](#)¹⁵, que persigue ampliar el entendimiento de nuestro compromiso hacia el cumplimiento de los Derechos Humanos en nuestras decisiones y actividades, y cuyos objetivos son:

- Declarar nuestro compromiso y respeto sobre la legislación nacional vigente y las normativas internacionales de cumplimiento voluntario.
- Integrar e implementar la presente Política a la gestión integral de la Empresa, en el marco de la Estrategia de Crecimiento Responsable: Crecimiento, Rentabilidad y Sostenibilidad, y a través de las políticas y las prácticas relacionadas con nuestra esfera de influencia.
- Mantener un ejercicio de debida diligencia mediante la evaluación y la gestión de riesgos e impactos reales y potenciales de nuestro negocio, de tal manera de determinar los mecanismos de prevención, mitigación y remediación necesarios.
- Prevenir, mitigar y remediar, según corresponda, toda vulneración a la legislación nacional vigente y las normativas internacionales de cumplimiento voluntario, mediante acciones que permitan medir y comunicar el nivel de desempeño a todos nuestros grupos de interés.
- Comunicar y sensibilizar/concertar/concretar/entrenar, según corresponda, a todos nuestros grupos de interés, en cuanto el alcance de la responsabilidad de las empresas en materia de Derechos Humanos.

Los mecanismos para entender y resolver los incumplimientos a lo establecido en esta Política son legítimos y accesibles, y disponen de un procedimiento de actuación claro y conocido mediante nuestro Sistema de Integridad Corporativa.

Utilizando como referencia la herramienta de evaluación de cumplimiento el *Human Right Compliance Assessment* (HRCA)¹⁶ del Instituto Danés de Derechos Humanos, continuamos evaluando a Sodimac en el cumplimiento de los Derechos Humanos sobre la base de 28 preguntas, con un total de 240 indicadores relacionados con las siguientes áreas:

- Prácticas Laborales
- Impacto en la Comunidad
- Gestión de la Cadena de Suministro

¹⁵ Durante el año 2023, se actualizó la Política de Derechos Humanos y Empresa, aprobada por el Directorio en el mes de agosto.

¹⁶ Herramienta de autoevaluación que ha sido diseñada para ayudar a las empresas a detectar las posibles violaciones de Derechos Humanos, causadas por el impacto de sus actividades en los empleados, las comunidades locales y en todas las demás partes implicadas.

4. NUESTROS COLABORADORES



Contenidos GRI 2-7, 2-8, 2-30, 3-3, 202-1, 401-1, 401-2, 401-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-

2

Nuestro Compromiso

Trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo laboral de relaciones transparentes con nuestro personal, de respeto a la libertad sindical y donde el diálogo es un mecanismo esencial de relacionamiento, con participación y estilos de liderazgo modernos. Enfatizamos el desarrollo y el aprendizaje constante, el bienestar integral, el cuidado y la seguridad de nuestro personal, el respeto a la dignidad de las personas y la diversidad, y fomentamos un sano orgullo por pertenecer a Sodimac.

Aspectos Materiales

- Empleo y clima
- Cultura
- Diversidad e inclusión
- Formación y desarrollo
- Diálogo social
- Salud y seguridad

Hitos 2023

- Encuentro Anual de Líderes entre Argentina y Uruguay, con un rol esencial en la integración de ambos equipos para seguir realizando sinergias entre las operaciones.
- Más de 2.300 horas anuales de capacitación en Sodimac Uruguay y un total de 5.723 horas de formación en Argentina, como pilar fundamental en el compromiso constante con el aprendizaje y desarrollo de los equipos.
- Retomamos la participación en el Index Regional de Sostenibilidad Corporativo .

4.1 Gestión del talento y desarrollo integral

RECONOCEMOS EL ROL FUNDAMENTAL DE NUESTROS TRABAJADORES, PUESTO QUE NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA RESIDE EN LA HABILIDAD DE NUESTRO EQUIPO PARA COORDINAR ACCIONES EFECTIVAS, BRINDAR UNA EXCELENTE ATENCIÓN A CLIENTES Y ESTABLECER RELACIONES DE CONFIANZA CON PROVEEDORES.

Uno de los pilares del éxito en nuestra Compañía es brindar una excelente atención y servicio a nuestra cartera de clientes, y ello es posible gracias a la calidad humana y profesional de todo nuestro personal. En nuestra **Política de Reclutamiento y Selección** establecemos que una selección eficiente es indispensable para identificar a las personas más idóneas y que más se ajustan a nuestro negocio. Por lo tanto, una selección eficiente¹⁷ es importante porque permite identificar a las personas más idóneas para realizar la tarea, contribuyendo a maximizar la productividad de la empresa y constituye una variable estratégica esencial para su futuro crecimiento y desarrollo.

PROGRAMA DE PASANTÍAS

A través de estos programas de atracción de talentos, buscamos atraer, desarrollar y formar jóvenes profesionales con un alto potencial, con el fin de contar con un *pool* de talentos en formación constante, para ocupar, en el mediano plazo, posiciones claves dentro del negocio.

¹⁷ Nuestro proceso de selección está enmarcado dentro de la Resolución UIF 2/2012.

En el 2023 contamos con la participación de dos pasantes mujeres en el área de Marketing.

PROGRAMA DE REFERIDOS

Con el objetivo de reducir la rotación de los colaboradores creando desde el inicio del proceso de selección un lazo fuerte con la empresa y con la finalidad de crear un mejor ambiente de trabajo, tenemos el Programa de Referidos. A aquellos colaboradores fuera de convenio, que refieran candidatos e ingresen a la Compañía en posiciones fuera de convenio, reciben una gratificación, por única vez, en el recibo de sueldo.

PROGRAMA DE INDUCCIÓN

Tiene el objetivo de compartir con los nuevos colaboradores la historia de la Compañía, los beneficios, el código de vestuario, las normas internas, el Código de Ética, los aspectos sobre seguridad de la información, información de Seguridad e Higiene, la identificación con nuestra marca y la concientización en temas de prevención de accidentes.

- **Inducción Corporativa:** Se presenta a los ingresantes la información más relevante de la Empresa, para que conozcan su estructura y su funcionamiento.
- **Inducción al Rol:** Se brinda información sobre las responsabilidades y las metas del cargo, el funcionamiento y la estructura del equipo y reuniones con el resto de las áreas de la Compañía, para facilitarle las herramientas para desempeñarse adecuadamente en su cargo.
- **Inducción al Centro de Distribución:** Se organizan visitas de media jornada al Centro de Distribución, donde los nuevos ingresos participan de una presentación sobre la forma de operar en este y realizan una recorrida por las áreas que lo integran.
- **Inducción de Tiendas:** Esta inducción tiene una duración de dos días, lo realiza cada Tienda para todos sus nuevos ingresos. De esta forma, buscamos que nuevos colaboradores compartan sus experiencias y sus conocimientos.

ARGENTINA

Nuevas contrataciones y Rotación del personal	2023				2022			
	Nuevas contrataciones		Rotación del personal		Nuevas Contrataciones		Rotación del personal*	
	Q	Tasa	Q	Tasa	Q	Tasa	Q	Tasa
Por género	35	23,20	113	65,12	115	14,3	110	0,14
Hombres	17	3,74	72	15,86	77	16,5	72	0,15
Mujeres	18	4,80	41	10,93	38	11,3	38	0,11
Por edad	35	14,66	113	38,33	115	14,3	110	0,14
Menores de 30 años	19	12,03	30	18,99	62	35,0	39	0,22
Entre 30 y 50 años	16	2,63	79	12,99	53	9,2	65	0,11
Mayores de 50 años	0	-	4	6,35	0	0,0	6	0,12
Por localización	35	30,83	113	94,09	115	14,3	110	0,14
San Martín	1	0,97	11	10,68	7	6,3	8	0,07
Vicente López	4	4,49	9	10,11	17	18,3	19	0,20
Adrogué	4	7,55	8	15,09	1	1,8	6	0,11
Tortuguitas [TOM]	3	3,45	9	10,34	20	21,5	15	0,16
Provincia de Córdoba	1	1,16	6	6,98	13	14,3	8	0,09
San Justo	1	1,30	6	7,79	5	6,2	5	0,06
Oficina de Apoyo	16	6,75	54	22,78	34	19,5	37	0,21
La Plata	5	5,15	10	10,31	18	17,1	12	0,11

*Incluye rotación total (voluntaria e involuntaria).

URUGUAY

Nuevas contrataciones y Rotación del personal	2023				2022			
	Nuevas contrataciones		Rotación del personal		Nuevas Contrataciones		Rotación del personal*	
	Q	Tasa	Q	Tasa	Q	Tasa	Q	Tasa
Por género	22	10,33	112	52,2	237	91,22	130	50,07
Hombres	9	4,02	56	25	134	50,19	72	26,97
Mujeres	13	6,31	56	27,18	103	41,04	58	23,11
Por edad	22	10,18	112	52,15	237	121,15	130	62,68
Menores de 30 años	21	9,68	99	45,62	224	75,68	108	36,49
Entre 30 y 50 años	1	0,50	13	6,53	8	3,81	20	9,52
Mayores de 50 años	0	0	0	0	5	41,67	2	16,67
Por localización	13	16,10	112	131,87	237	220,43	130	118,87
Plaza Italia	5	5,81	25	29,07	23	21,50	26	24,30
Maldonado	2	2,5	33	41,25	124	109,73	47	41,59
Sayago	0	0	25	24,51	51	43,97	28	24,14
Giannattasio	4	3,7	18	16,67	23	19,01	23	19,01
Oficina de Apoyo	2	4,1	11	20,37	16	26,23	6	9,84

ARGENTINA

Personal propio por tipo de contrato laboral y localización	2023			2022		
	Jornada completa	Media jornada	Total	Jornada Completa	Media Jornada	Total
San Martín	63	40	103	66	45	111
Vicente López	54	35	89	57	36	93
Adrogué	36	17	53	33	23	56
Tortuguitas [TOM]	56	31	87	62	31	93
Provincia de Córdoba	60	26	86	65	26	91
San Justo	54	23	77	57	24	81
Oficina de Apoyo	233	4	237	169	5	174
La Plata	57	40	97	59	46	105
TOTAL	613	216	829	568	236	804

Personal propio por tipo de contrato laboral y localización URUGUAY	2023			2022		
	Jornada completa	Media jornada	Total	Jornada Completa	Media Jornada	Total
Plaza Italia	44	42	86	53	54	107
Maldonado	45	35	80	41	72	113
Sayago	60	42	102	67	49	116
Giannattasio	61	47	108	64	57	121
Oficina de Apoyo	54	0	54	61	0	61
TOTAL	264	166	430	286	232	518

Personal Propio y Terciarizado por tipo de contrato laboral y localización ARGENTINA	2023		2022	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
San Martín	103	3	111	8
Vicente López	89	17	93	11
Adrogué	53	19	56	5
Tortuguitas [TOM]	87	16	93	16
Provincia de Córdoba	86	16	91	12
San Justo	77	18	81	2
Oficina de Apoyo	237	11	174	2
La Plata	97	15	105	10
TOTAL	829	115	804	66

URUGUAY

Personal Propio y Terciarizado por tipo de contrato laboral y localización	2023		2022	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Plaza Italia	86	7	107	0
Maldonado	80	0	113	0
Sayago	102	8	116	0
Giannattasio	108	7	121	0
Oficina de Apoyo	54	0	61	0
TOTAL	430	22	518	0

4.2 Diversidad e Inclusión

En Sodimac fortalecemos nuestros principios culturales cuando comprendemos que somos un equipo unido, trabajando juntos para resolver desafíos. Reconocemos el poder que tiene nuestra empresa para impactar positivamente en nuestra comunidad, brindar apoyo a nuestra cartera de clientes y contribuir al cambio en nuestro mundo.

Reconocemos que nuestros colaboradores, al igual que nuestra cartera de clientes, proveedores y la sociedad en general representan una gran variedad de culturas, etnias, profesiones, capacidades físicas, estados de salud, creencias y lenguas, así como identidades de género, estado civil, edad, condición económica y social, entre otras.



Contamos con una [Política de Diversidad e Inclusión](#), alineada, principalmente, con la legislación nacional vigente, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los Principios para el Empoderamiento de Mujeres, entre otros. En ella se establecen los principios básicos sobre los que nos regimos, con el objeto de promover una cultura organizacional y un ambiente laboral diverso e inclusivo.

Los principios generales en materia de diversidad e inclusión, que deben guiar nuestro actuar son los siguientes:

- Respeto a la Dignidad de las Personas
- Inclusión
- No Discriminación Arbitraria
- Diversidad

POLÍTICA DE EQUIDAD DE GÉNERO

Buscamos consolidar una cultura organizacional que promueva activamente la equidad de género y la conciliación de la vida laboral y familiar de nuestro personal. Para ello, contamos con una **Política de Equidad de Género** que establece los principios, las medidas y acciones generales que guían nuestro accionar para promover la equidad de género como parte de nuestra cultura organizacional.

En este sentido, promovemos la participación de las mujeres en cargos directivos, gerenciales y en aquellos cargos o áreas que tengan baja representación, implementamos actividades formativas que permitan potenciar las habilidades y competencias de las colaboradoras mujeres, velamos por la equidad de remuneraciones entre personas que desempeñan un mismo cargo o función, promovemos un ambiente laboral que permita a nuestro personal el pleno desarrollo de sus capacidades en un ambiente de integridad, respeto y seguridad y promovemos comunicaciones sin sesgos de género.

Adheridos a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, cada 2¹⁸ años realizamos un nuevo autodiagnóstico utilizando la **herramienta Empresarial de Género WEP**, para conocer cómo estamos gestionando los temas de equidad de género en nuestras operaciones.

Resultados 2019	Resultados 2022
42%	50%

¹⁸ Próxima medición 2024.

PROTOCOLO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO



Martes 13 de junio
10:00 México
12:00 Chile
11:00 Perú y Colombia
13:00 Brasil, Argentina y Uruguay

zoom



el ámbito privado.

Durante el 2023 brindamos una cápsula de capacitación específica en temas de **Acoso sexual y Laboral** para todo nuestro equipo. En Argentina 608 colaboradores realizaron el curso y en Uruguay 303.

CUIDAMOS EL FUTURO

CÁPSULA DE CAPACITACIÓN
ACOSO SEXUAL Y LABORAL

En Sodimac tenemos el deber de cuidarnos entre todos. Necesitamos trabajar en conjunto para poder enfrentar los nuevos desafíos y seguir mejorando cada día.

Te invitamos a realizar el curso obligatorio en nuestra plataforma "Academia Falabella", donde podrás conocer más sobre nuestra política y conceptos relevantes relativos al acoso sexual y laboral.

¡Accede al curso a través del link!

Y no olvides, "para hacer lo correcto, hay que saber qué es lo correcto".

FALABELLA SODIMAC TOTTUS mallorca Falabella.com

Comprometidos con fomentar la diversidad y la inclusión en todas sus formas, trabajamos estos temas a través de células de trabajo dedicadas, las cuales se enfocan en establecer objetivos claros y desarrollar iniciativas concretas para fomentar un entorno laboral donde cada persona se sienta valorada, respetada y capacitada para contribuir plenamente. Desde políticas inclusivas hasta programas de capacitación, nuestra empresa se compromete activamente a promover la diversidad y la inclusión en todas sus formas.

Desde Argentina y Uruguay participamos activamente en algunas de las células DEI.

Célula **"Red por la accesibilidad"**: Para asegurar la representación del talento diverso se realizan diversas iniciativas, como la elaboración de instrucciones variadas para facilitar a las personas con discapacidad el proceso de obtención del certificado correspondiente en cada país.

- Rol Focal: Jefa de Calidad de Vida.
- Nueva activación: 2024

Célula **"Comunidad LGBT y aliados"**: Para velar por la igualdad de oportunidades y entornos seguros, y promover la apertura cultural, se trabajan en diferentes iniciativas y charlas abiertas a todos los colaboradores.

- Rol Focal: Subgerente de Tienda y analista del área de Legales
- Nueva activación: 2024

PROTOCOLO DE TRANSICIÓN DE GÉNERO

Nuestro objetivo es establecer los criterios que orienten la acción a realizarse frente al proceso de transición de género de cualquiera de nuestros colaboradores. Dentro del proceso existen tres tipos de transición: Transición social, Transición física y la Transición legal.

Los procesos son profundamente íntimos y personales. Por dicha razón, no existen Procesos de Transición de Género estandarizados, ya que cada persona puede vivir su proceso de forma diferente.

Semana del Orgullo

Durante el mes de junio todos nuestros colaboradores estuvieron invitados a participar de diferentes charlas para fomentar espacios seguros e inclusivos.

- Sesgos inconscientes desde una perspectiva de diversidad sexual y de género
- Iniciativas LGBTQ+ en el trabajo: la salud mental en el centro
- Liderazgos inclusivos: la importancia del role modeling LGBTI+ con la participación de Lucas Chávez, Regional branding & PR Falabella.com
- Infancias LGBTI+: cómo acompañar a niñ@s y adolescentes



Semana de la diversidad cultural

Durante el mes de octubre participamos de diferentes espacios de formación para poder conocer la experiencia de trabajar en equipos globales.

Tuvimos charlas sobre el valor de la interculturalidad en el trabajo y sobre distintas culturas.

En Marzo conmemoramos la semana de las mujeres invitando a todos nuestros colaboradores y colaboradoras a participar de la primera edición del Falabella Women Summit. Durante el transcurso de toda la semana, tuvimos la oportunidad de participar de charlas para aprender más acerca de la equidad de género:

1. Arriba la corresponsabilidad
2. Gestión de la carrera profesional
3. Presentación de resultados de la encuesta de brechas de género

FORMAMOS EQUIPOS HETEROGÉNEOS EN LO QUE RESPECTA A EDADES, SEXO Y EXPERIENCIA, PERO HOMOGÉNEOS EN RELACIÓN CON LOS VALORES COMUNES, PONIENDO FOCO EN ELLOS DE LAS PERSONAS DESDE EL MISMO PROCESO DE SELECCIÓN.

ARGENTINA

Personal propio por tipo de contrato laboral y género	2023		2022	
	Jornada completa	Media jornada	Jornada Completa	Media Jornada
Hombres	349	105	350	118
Mujeres	264	111	218	118
TOTAL	613	216	568	236

No contamos con personal con horas no garantizadas.

URUGUAY

Personal propio por tipo de contrato laboral y género	2023		2022	
	Jornada completa	Media jornada	Jornada Completa	Media Jornada
Hombres	154	70	164	103
Mujeres	110	96	122	129
TOTAL	264	166	286	232

ARGENTINA

Personal Propio y Terciariado por tipo de contrato laboral y género	2023		2022	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Hombres	454	72	467	40
Mujeres	375	43	337	26
TOTAL	829	115	804	66

URUGUAY

Personal Propio y Terciariado por tipo de contrato laboral y género	2023		2022	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Hombres	224	7	267	0
Mujeres	206	15	251	0
TOTAL	430	22	518	0

ARGENTINA

Empleados y Trabajadores que no son empleados	2023	2022
Personal Propio	829	804
<i>Hombres</i>	454	467
<i>Mujeres</i>	375	337
Pasantes / Becarios	1	1
<i>Hombres</i>	0	1
<i>Mujeres</i>	1 ¹⁹	1
Personal Terciariado	60	66
<i>Hombres</i>	s/d	40
<i>Mujeres</i>	s/d	26
TOTAL	S/D	871

URUGUAY

Empleados y Trabajadores que no son empleados	2023	2022
Personal Propio	430	518
<i>Hombres</i>	224	267
<i>Mujeres</i>	206	251
Pasantes / Becarios	0	0
<i>Hombres</i>	0	0
<i>Mujeres</i>	0	0
Personal Terciariado	22	0
<i>Hombres</i>	7	0
<i>Mujeres</i>	15	0
TOTAL	452	518

ARGENTINA

Personal Propio- Distribución por categoría profesional y grupo de edad	2023	2022
Técnico/Vendedor	508	545
Menores de 30 años	125	150

¹⁹ Durante el 2023 tuvimos 2 pasantes mujeres, una de ellas ingresó en diciembre 2022 y estuvo trabajando con nosotros todo el 2023.

Entre 30 y 50 años	353	368
Mayores a 50 años	30	27
Especialista/Profesional	142	103
Menores de 30 años	27	22
Entre 30 y 50 años	109	77
Mayores a 50 años	6	4
Junior Management	137	121
Menores de 30 años	5	5
Entre 30 y 50 años	115	105
Mayores a 50 años	17	11
Middle Management	35	31
Menores de 30 años	0	0
Entre 30 y 50 años	126	24
Mayores a 50 años	9	7
Top Management	6	4
Menores de 30 años	0	0
Entre 30 y 50 años	5	4
Mayores de 50 años	1	0
Alumno en práctica	1	0
Menores de 30 años	1	-
Entre 30 y 50 años	0	-
Mayores de 50 años	0	-
TOTAL	829	804

URUGUAY

Personal Propio- Distribución por categoría profesional y grupo de edad	2023	2022
Administrativo	18	23
Menores de 30 años	5	9
Entre 30 y 50 años	13	14
Mayores a 50 años	0	0
Técnico/Vendedor	310	382
Menores de 30 años	195	264
Entre 30 y 50 años	104	110
Mayores a 50 años	11	8
Especialista/Profesional	25	27
Menores de 30 años	7	10
Entre 30 y 50 años	17	16
Mayores a 50 años	1	1
Junior Management	57	65
Menores de 30 años	9	11
Entre 30 y 50 años	47	52
Mayores a 50 años	1	2
Middle Management	19	20
Menores de 30 años	1	2
Entre 30 y 50 años	17	17
Mayores a 50 años	1	1
Top Management	1	1
Menores de 30 años	0	0
Entre 30 y 50 años	1	1
Mayores de 50 años	0	0
TOTAL	430	518

ARGENTINA

Personal Propio- Distribución por categoría profesional y género	2023	2022
Técnico/Vendedor	508	545
Hombres	303	327
Mujeres	205	218
Especialista/Profesional	142	103
Hombres	56	49
Mujeres	86	54
Junior Management	137	121
Hombres	65	65
Mujeres	72	56
Middle Management	35	31
Hombres	24	22
Mujeres	11	9
Top Management	6	4
Hombres	6	4
Mujeres	0	0
TOTAL	829	804

URUGUAY

Personal Propio- Distribución por categoría profesional y género	2023	2022
Administrativo	18	23
Hombres	8	9
Mujeres	10	14
Técnico/Vendedor	310	382
Hombres	165	201
Mujeres	145	181
Especialista/Profesional	25	27
Hombres	10	10
Mujeres	15	17
Junior Management	57	65
Hombres	31	36
Mujeres	26	29
Middle Management	19	20
Hombres	9	10
Mujeres	10	10
Top Management	1	1
Hombres	1	1
Mujeres	0	0
TOTAL	430	518

ARGENTINA

Personal Propio- Nacionalidad	2023	2022
	829	804
Argentina	800	774
Bolivia	1	1
Chile	1	1
Colombia	3	3
Ecuador	1	1

Paraguay	1	1
Perú	3	3
Uruguay	1	1
Venezuela	18	18
México	-	1

URUGUAY

Personal Propio- Nacionalidad	2023	2022
	430	518
Uruguay	415	499
Brasil	1	1
Colombia	1	1
Cuba	1	1
España	1	1
Argentina	5	6
Venezuela	5	8
Perú	1	1

BRECHA SALARIAL POR GÉNERO ARGENTINA

Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	2023		2022	
	Salario Base	Remuneración Media	Salario Base	Remuneración Media
Técnico/Vendedor	8%	7%	10%	7%
Especialista/Profesional	11%	13%	14%	10%
Especialista/Profesional Digital	-22%	-15%		
Junior Management	5%	3%	7%	-16%
Middle Management	-7%	-3%	6%	15%
Top Management	S/d	S/d	s/d	S/d

URUGUAY

Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	2023		2022	
	Salario Base	Remuneración Media	Salario Base	Remuneración Media
Administrativo	11%	8%	5%	2%
Técnico/Vendedor	7%	5%	5%	2%
Especialista/Profesional	-3%	-3%	-7%	-8%
Junior Management	-22%	-21%	-20%	-18%
Middle Management	-3%	-3%	2%	2%
Top Management	s/d	s/d	s/d	S/d

Personas en situación de discapacidad

Sodimac Argentina dispone de un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad a través de una alianza con Fundación Discar, dónde se brinda oportunidades de empleo para personas con discapacidad a través de la promoción del cumplimiento del derecho que todo ser humano tiene de acceder a un trabajo, en igualdad de condiciones con los demás, en entornos laborales abiertos, inclusivos y accesibles. ([Ley 26.378- Art.27](#))

Actualmente tenemos 4 colaboradores con discapacidad trabajando en nuestras Tiendas.

4.3 Formación y Desarrollo

BUSCAMOS GENERAR ESPACIOS PARA UN ADECUADO DESARROLLO PROFESIONAL, CON RELACIONES SANAS Y CON UN CLIMA LABORAL TENDIENTE A RETENER TALENTOS.

Nuestra **Política de Capacitación** facilita los conocimientos y las herramientas que nuestro personal necesita para desempeñarse con éxito en sus funciones y establece los lineamientos para la detección, diseño, programación, realización, evaluación y registro de las actividades de capacitación que desarrollamos, a fin de contribuir al desarrollo profesional y personal de nuestro personal a través de:

- Promover su permanente capacitación, enfocada en las necesidades del negocio, el desempeño y el potencial, a fin de que se desarrollen profesional y personalmente.
- Retransmitir el conocimiento adquirido a todas las personas que integran la Organización.
- Brindar los conocimientos necesarios para realizar la tarea correctamente.
- Especializar a colaboradores del piso de venta en una excelente atención a clientes, el conocimiento de los productos y los procedimientos de operación, de manera que puedan asesorar, orientar e informar a nuestra cartera de clientes de la mejor forma posible y brindarles una experiencia de compra memorable.
- Contribuir con el desarrollo de las habilidades y las competencias de desempeño y liderazgo, y alinear la cultura organizacional con nuestros valores y principios organizacionales.
- Asegurar el cumplimiento de metas de capacitación.

YO IMPULSO MI DESARROLLO

Durante el 2023 lanzamos esta iniciativa que busca potenciar la propuesta de valor de “Desarrollo” en todo el Grupo bajo una misma narrativa, e integrar los procesos contingentes a Desarrollo corporativos como: aprendizaje, desempeño, movilidad y cultura.

NUESTRO PRINCIPAL VALOR Y SELLO DISTINTIVO ES ASEGURAR LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO A CLIENTES. PARA ELLO, CONTRIBUIMOS AL DESARROLLO DE HABILIDADES HUMANAS Y COMPETENCIAS GENERALES DE TRABAJO EN EQUIPO, CALIDAD DE SERVICIO Y EFICACIA PERSONAL.

Ejecutamos múltiples programas de capacitación con una importante inversión, abarcando una amplia diversidad de temáticas:

- **LIDERAZGO:** Toda capacitación en la cual entreguemos habilidades de liderazgo a los colaboradores.
- **TÉCNICO:** Todo proceso formativo relacionado al conocimiento que debe tener o reforzar una persona que ocupe un cargo (ejemplo: Excel, productos, etc.).
- **PRODUCTO:** El objetivo general de estas actividades es que el/la colaborador/a conozca las principales características y aplicaciones del producto, sus principales argumentos de venta y algunas nociones básicas de la instalación y/o uso, a fin de contribuir a su comercialización.
- **CULTURAL:** Todo proceso formativo relacionado a los valores culturales.
- **INDUCCIÓN:** Todo proceso de formación al momento de ingresar un/a colaborador/a, en el cual le entregamos los lineamientos, conocimientos y procesos al momento de comenzar a trabajar en la Empresa, independientemente de si es técnico, cultural, normativo o de gestión.
- **NORMATIVO:** Proceso formativo relacionado a entregar las normas o regulaciones que nos rigen como Organización de manera transversal; es el conocimiento normativo para trabajar en nuestro negocio (ejemplo: Lavado de Activos, Educación Financiera, etc.). El objetivo general de estas actividades es que el/la colaborador/a conozca y utilice los

procedimientos, los formularios y las aplicaciones informáticas de Falabella Argentina, a fin de cumplir correctamente con estos.

- **GESTIÓN:** Proceso formativo relacionado a mejorar las habilidades o competencias para desarrollar su cargo, que no son relacionadas a liderar equipo, sino a gestionar los recursos que posee (ejemplo: gestión de proyecto, manejo de conflicto, presentaciones efectivas, etc.).

LA CULTURA DE SODIMAC SE CARACTERIZA POR ALENTAR EL CRECIMIENTO DE SU PERSONAL, ASEGURANDO QUE CADA UNO/A RECIBA LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA DESARROLLARSE PROFESIONALMENTE. PARA ENTRENAR Y CAPACITAR A NUESTRA GENTE, CONTAMOS CON DIFERENTES HERRAMIENTAS, ORIENTADAS AL DESARROLLO INTERNO DE NUESTROS COLABORADORES.

Academia Falabella: lanzamos esta plataforma en Argentina y Uruguay, en la que los colaboradores acceden a diferentes cursos de capacitación abarcando un amplio catálogo de contenidos impartidos por expertos. Esta iniciativa asegura que todo el personal esté preparado para enfrentar desafíos y capitalizar oportunidades.

Para poder impulsar nuestra estrategia, en el cierre de cada trimestre nuestros líderes reciben la “Agenda de Liderazgo, donde encontrarán todo el material para comunicar, conversar y reflexionar con sus equipos en torno a temas de Negocio (tales como los resultados del grupo, la evolución de nuestra estrategia) y Liderazgo (como las competencias y prácticas que necesitan llevar adelante nuestros líderes para la ejecución de la estrategia, los procesos de feedback).

Pueden utilizar reuniones de equipo, reuniones de apertura o propiciar una instancia para poder tener este momento de reflexión con su equipo.

Estamos convencidos de que la comunicación con los equipos y el ejemplo de cada uno de nuestros líderes es fundamental para alcanzar nuestros desafíos y entregarle el mejor servicio al cliente.

Líderes en Transformación 2.0: un nuevo año de este programa destinado a los liderazgos de **tienda** y a quienes participan dentro del plan de desarrollo. Tanto en Argentina como en Uruguay, se buscó asegurar la excelencia en el servicio al cliente, brindando el mejor asesoramiento, y una variada y profunda propuesta de productos y servicios. Para ello se capacitó a colaboradores en tres ejes fundamentales. Uno de estos fue productos, trabajo que se realizó junto a proveedores para profundizar la información técnica y asesorar integralmente a los clientes, lo que contempló desarrollar ferias para la prueba de artículos. Los otros focos fueron procedimientos, en el objetivo de aumentar el conocimiento sobre los diferentes sectores de las tiendas, y liderazgos, potenciando habilidades esenciales.

Se realizó también el **Encuentro Anual de Líderes**, cuyo foco principal fue continuar capacitando en temáticas esenciales en la estrategia de negocio como big data y liderazgo adaptativo en un contexto de permanente cambio y adaptación. Asistieron 15 líderes de Uruguay y 46 líderes de Argentina con un rol esencial en la integración de ambos equipos para seguir realizando sinergias entre las operaciones.

Total participantes	2023
Argentina	46
<i>Hombres</i>	28
<i>Mujeres</i>	18
Uruguay	15
<i>Hombres</i>	7
<i>Mujeres</i>	8

Comprometidos con la excelencia en el servicio al cliente, el último trimestre del 2023 tanto en Argentina como en Uruguay realizamos la “**Prueba de Conocimiento Técnico Integral**” (PCT), un instrumento que mide el entendimiento en

los factores que impactan la gestión integral en la asesoría a nivel de omnicanalidad, servicio y venta de proyecto. En el caso de Argentina, retomamos esta medición luego de 4 años y en Uruguay fue su primera experiencia.

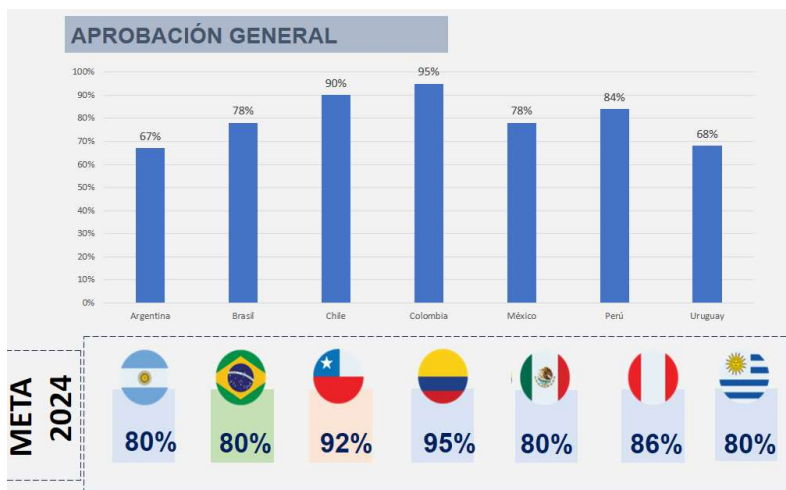
Se encuentran alcanzados en la PCT todos nuestros colaboradores del universo de ventas.

Proyectos incluidos en Argentina:

Categoría	
Baños y Cocinas	
Maderas	
Jardín y Aire libre	
Herramientas	
Electricidad	
Pinturas	
Puertas y Ventanas	
Iluminación	
Gasfitería	

Proyectos incluidos en Uruguay:

Categoría	
Pinturas	
Electricidad	
Iluminación	
Gasfitería	
Maderas	
Herramientas	
Puertas y	
Baños y Cocinas	
Construcción	



MÁS DE 7.000 HORAS ANUALES DE CAPACITACIÓN EN AMBOS PAÍSES, EN EL CONVENCIMIENTO DE QUE EL CRECIMIENTO PROFESIONAL DE NUESTROS COLABORADORES ES ESENCIAL PARA EL ÉXITO CONTINUO DE LA COMPAÑÍA.

Media de horas de formación al año por empleado	2023		2022	
	Horas	Media	Horas	Media
ARGENTINA	5.723,73	6,90	2.697	3,35
<i>Hombres</i>	3.611,58	7,95	1.480	3,17
<i>Mujeres</i>	2.112,15	5,63	1.217	3,61
URUGUAY	1.318,32	3,06	s/d	s/d
<i>Hombres</i>	561,95	2,50	s/d	s/d
<i>Mujeres</i>	756,37	3,67	s/d	s/d

CAPACITACIONES EN SOSTENIBILIDAD

Durante el año 2023, renovamos nuestro compromiso con la sostenibilidad al volver a participar en el Index Regional de Sostenibilidad Corporativa. Además, reforzamos nuestra dedicación ofreciendo capacitaciones sobre sostenibilidad a nuestros colaboradores. Algunos de los temas tratados fueron: Sostenibilidad, Responsabilidad Social y criterios ESG, tendencias y perspectivas en materia de reporting, regulaciones, mirada global, regional y local. En esta primera etapa participaron 178 colaboradores. Nuestro objetivo es llegar a todos los colaboradores impartiendo diversas capacitaciones a lo largo de los años.

DESARROLLO PROFESIONAL

PLAN DE DESARROLLO TIENDAS

El Plan de Desarrollo es un proceso abierto de formación y promoción para cargos de Tienda. Frente a una vacante, se recurre a este Banco de Talentos que se renueva todos los años a instancias del proceso de Evaluación de Desempeño.

Nuestro Plan de Desarrollo tiene el objetivo de detectar y desarrollar a futuros líderes de tienda. Para ello, contamos con un proceso de postulación, formación y selección el cual se basa en un sistema de puntos de los participantes. Quienes mayor puntaje tengan, son los que participarán en el proceso de selección.

Total de participantes del Plan de Desarrollo:

	Gerente	Jefe	Subgerente	Supervisor	Total por país
Argentina	8	18	9	4	39
<i>Hombres</i>	6	14	7	1	28
<i>Mujeres</i>	2	4	2	3	11
Uruguay	2	16	4	2	24
<i>Hombres</i>	1	10	-	-	11
<i>Mujeres</i>	1	6	4	2	13
Total general	10	34	13	6	63



Dentro del plan de carrera 2023 tuvimos las siguientes promociones en Argentina:

CATEGORÍA	TOTAL DE PROMOCIONES
<i>Subgerencias</i>	1 mujer
<i>Jefaturas</i>	2 mujeres y 2 hombres
<i>Supervisores</i>	2 mujeres

PROGRAMA CRECE

Es un programa de desarrollo para jóvenes profesionales de toda la región, que busca desarrollar competencias de liderazgo clave para la organización: autogestión, colaboración y entrega de soluciones de alto valor. En esta edición participaron 40 jóvenes profesionales de toda la región.

	2023
ARGENTINA	3
<i>Hombres</i>	1
<i>Mujeres</i>	2
URUGUAY	2
<i>Hombres</i>	2
<i>Mujeres</i>	-

Metodología:

- Talleres grupales
- Talleres Sodimac
- Coaching individual
- Proyecto CRECE: desarrollo de solución al negocio



Entrenar y desarrollar a los talentos con mayor potencial, buscando convertirlos en líderes integrales y gestores de la transformación digital.

“MUÉVETE”: POLÍTICA DE MOVILIDAD INTERNA CORPORATIVA

AL GENERARSE UNA VACANTE, PRIORIZAMOS A NUESTROS POSTULANTES, PROMOVRIENDO, ASÍ, EL DESARROLLO DE NUESTRA GENTE POR ENCIMA DEL RECLUTAMIENTO EXTERNO. COMO PRUEBA DE ELLO, EN 2023 13 POSICIONES HAN SIDO CUBIERTAS CON COLABORADORES SODIMAC, 7 DE ARGENTINA Y 6 DE URUGUAY.

Nuestra **Política de Movilidad Interna Corporativa** privilegia el talento interno en concursos para ocupar posiciones claves. Asimismo, busca homologar, bajo una misma política, todos los cambios de posición que pueden realizar los colaboradores, incluyendo movimientos horizontales o verticales dentro de las compañías del Grupo, logrando equidad entre los procesos de las diferentes unidades de negocios.

Todas las oportunidades de carrera dependen del desempeño y los méritos del postulante, sin observar raza, identidad de género, orientación sexual, discapacidades, entre otros. Los movimientos que se detallan en esta son:

- Concursos Internos
- Desarrollo Ejecutivo
- Plan de Carrera
- Proceso de Selección
- Promociones Directas
- Traspasos

ESTRATEGIA DE COMPENSACIONES

Nuestra **Política de Compensaciones** busca la metodología más eficiente para retribuir a nuestros colaboradores de acuerdo con sus funciones y responsabilidades a cargo.

Nuestros objetivos:

- Atraer: motivar y atraer el talento adecuado
- Fidelizar: asegurar la equidad interna y competitividad con el mercado
- Reconocer: premiar el talento y alinear los esfuerzos con los desafíos del negocio.



ALCANCE: aplica a todo el personal que trabaja en Falabella, de todos los negocios y países.

FUNCIONES: se busca asegurar una compensación que genere equidad interna y posicionar a la empresa competitivamente por encima de la media de mercado.

BENEFICIOS: potenciar la movilidad en el Grupo, alineando esfuerzos que generen sinergias entre los negocios.

Herramientas de la Política de Compensaciones:

Valuación de Puestos: Evaluamos los puestos a través del sistema “IPE”, que nos permite la evaluación o jerarquización de los puestos facilitando la administración de la equidad, la competitividad y las compensaciones.

Descripciones de Puesto: Este proceso nos permite contribuir no solo a la equidad interna, sino también a ordenar el reclutamiento de candidatos, diseñar el material y contenido de los programas de capacitación, analizar estructuras y disponer de una herramienta que facilita el análisis y el seguimiento de desempeño de los colaboradores.

Encuesta de Compensaciones: Esta herramienta nos permite gestionar la competitividad externa, analizando la compensación de un puesto en comparación con puestos similares en el mercado.

Política de Bonos Anuales: Todas las posiciones (desde coordinadores en adelante) participan de esta política, que consta de un pago adicional como plan de incentivo a corto plazo, para el personal que busca premiar e incentivar el comportamiento, la eficacia, la dedicación y la *performance* del personal alcanzado en la política.

Ajustes de Remuneraciones: Las remuneraciones pueden verse reajustadas por contrato, por promoción y/o por mérito. En las oficinas centrales existen premios y bonificaciones asociadas al cumplimiento de metas específicas

Política de Beneficios: Gestionamos y administramos una serie de beneficios corporativos, los cuales forman parte de la compensación total que ofrecemos a nuestra gente como retribución a su trabajo.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

EL PROCESO DE DESEMPEÑO GENERA PARA EL GRUPO EL CONOCIMIENTO DE NUESTROS TALENTOS Y PARA NUESTROS TALENTOS ABRE OPCIONES DE MOVILIDAD Y DESARROLLO PARA EXPRESAR SU POTENCIAL. BUSCAMOS LOGRAR ESTOS OBJETIVOS CON UN PROCESO MUCHO MÁS SIMPLE Y ÁGIL.

El objetivo es impulsar el desarrollo a través de conversaciones significativas que ayuden a identificar fortalezas y áreas de mejora, como parte de la promoción de una cultura continua de retroalimentación 360°.

Para ello, contamos con un renovado proceso más simple y efectivo con el foco puesto en la gestión continua del talento. Nuestro sistema de evaluación (tanto para ejecutivos como talento en general) evalúa a la persona en cuanto a la integridad en sus relaciones laborales, en el mercado y en la sociedad en su conjunto, contempla el alcance de las metas de los principales temas estratégicos basado en 5 competencias claves alineadas al Código de Ética: Trabajamos como un equipo, Superamos las expectativas de los clientes, Hacemos que las cosas pasen, Hacer crecer por logros y Actúa con sentido.

Etapas del proceso:

Selección de fuentes	Evaluación	Comités	Conversaciones de resultados
----------------------	------------	---------	------------------------------

Empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	2023	2022
ARGENTINA	766	803
Hombres	419	443
Mujeres	347	360
URUGUAY	386	S/D
Hombres	202	s/d
Mujeres	184	s/d

4.4 Cultura, Clima Laboral y Calidad de Vida

BUSCAMOS DESARROLLARNOS CON INNOVACIÓN, CONOCIENDO A LAS PERSONAS QUE TRABAJAN CON NOSOTROS. SABER SUS GUSTOS, SU PERSONALIDAD, QUÉ LOS MOTIVA, CUÁLES SON SUS OBJETIVOS PARA ALINEARNOS Y ACOMPAÑARLOS EN SU CAMINO DE CRECIMIENTO.

Plataforma “**Mifalabella**”: es una plataforma desarrollada por el Grupo Falabella con la finalidad de “Simplificar tu día a día y ayudarte a disfrutar más la vida”.

Une todas las plataformas y resume la información más importante para los colaboradores.

En la parte de inicio se puede acceder rápidamente a información relevante como recibo de sueldo, evaluación de desempeño, reconocimientos, academia Falabella, Viva Engage, así como conocer el programa de desarrollo de Falabella “Yo impulso mi desarrollo”. También es una forma de dar a conocer más de la presencia del Grupo Falabella en el mundo actualmente.

Desde Mifalabella se puede acceder a:

- Soporte Mesa de servicio de Hardware y software
- Work pechera y task
- Administración: Recibos de sueldo
- Cultura: Vas a poder acceder a nuestro LinkedIn, Viva y Reconocimientos
- Desarrollo: Muévete, Evaluación de desempeño y Academia Falabella
- Ética: Canal de integridad, código de ética y nuestras políticas
- Nuestros Beneficios, asociados a Economía, tiempo libre y bienestar
- Falapedia, la enciclopedia de Falabella

Durante el 2023 se lanzó esta plataforma en Sodimac Uruguay y se espera lanzarla en Sodimac Argentina a mediados del 2024.

ENCUESTA DE CULTURA

¡Porque tu opinión importa, te queremos escuchar!

Queremos hacer de nuestra compañía el mejor lugar para trabajar y desarrollarse, y escucharte es el primer paso.

Participa en la Encuesta de Cultura, la principal herramienta de escucha al colaborador en el Grupo Falabella.

Busca el correo que te llegará desde Encuestas Falabella y sigue las indicaciones que ahí encontrarás. Si no tienes correo electrónico, escanea el código para responder la Encuesta.

¡Te tomará pocos minutos!

100% confidenciales

¡Contamos contigo!

Uno de nuestros objetivos como compañía es contribuir a generar ambientes cálidos y transparentes, impulsando lazos abiertos, sinceros y respetuosos entre todo nuestro personal, sin importar el puesto de cada uno/a. Procuramos alcanzar un ambiente de trabajo que promueva los Derechos Humanos, la dignidad y el respeto para todas las personas.

Tenemos un fuerte compromiso con el clima laboral y el sentido de pertenencia de nuestra gente; para ello, todos los años realizamos una **Encuesta de Cultura**, con el objetivo de fortalecer la experiencia de los trabajadores, gestionar la cultura y potenciar la estrategia del área.

Este año hubo incrementos en el indicador eNPS (Employee NetPromoter Score) respecto a la toma anterior en Sodimac Argentina, con un aumento en la tasa de participación que llegó a un 90%. El conocimiento del propósito empresa se elevó también, en los esfuerzos de promover que los colaboradores lo vivan en su labor diaria.

En Sodimac Uruguay también se llevó a cabo la encuesta y la misma superó la meta de participación, logrando un 85% de participación, con mejoras en los resultados respecto a la última medición.

RESULTADOS 2023	URUGUAY	ARGENTINA
Tasa de respuesta	85%	90%
Engagement ²⁰	58%	65%
Liderazgo	70%	76%
ENPS ²¹	48	45
Identificación empresa	55%	66%
Identificación grupo	41%	58%
Emoción ²²	Tranquilidad 34%	Tranquilidad 42%

PUERTAS ABIERTAS

ES PARTE DE NUESTRA CULTURA COMUNICAR Y COMPARTIR TODO LO QUE CONSIDERAMOS IMPORTANTE. CONTAMOS CON DIFERENTES PRÁCTICAS, LAS CUALES SON ESENCIALES PARA MANTENER CANALES DE COMUNICACIÓN ABIERTOS, TRANSPARENTES Y OPORTUNOS, QUE FORTALEZCAN LOS VÍNCULOS ENTRE COLABORADORES Y JEFES.

Todo colaborador y toda colaboradora puede expresar sus inquietudes, problemas, observaciones o sugerencias con respecto a sí mismo/a o ligado a nuestra Compañía. Nuestra **Política de Comunicación** tiene como objetivo mantener informado a nuestros equipos, conservando la cercanía con nuestro personal. Por ello, creamos canales de comunicación para que todas las personas puedan ser escuchadas y se informen acerca de las novedades, privilegiando la comunicación cara a cara.

Reuniones

- Reuniones Bimestrales/Trimestrales
- Reuniones en Tiendas de Apertura, Intermedio y Cierre
- Reuniones Semanales de Jefes de Tiendas
- Reuniones Semanales de Gerentes de Tiendas
- Reuniones de Jefes de Gestión Humana
- Reuniones Informales en Oficinas de Apoyo
- Reuniones Mensuales
- Reuniones de *Feedback*
- Reuniones de Confianza

Otros

- Caminatas Comerciales
- Encuesta *Feedback* Capacitaciones
- Almuerzos y Desayunos
- Comunicados Vía Mail
- Entrevista de Seguimiento de Ingresos

Contamos con la plataforma de *Viva Engage* para fortalecer el canal de comunicación interna, lo que permite llegar a una mayor cantidad de colaboradores en tiempo real. En este sentido, seguimos trabajando para afianzar el área de comunicación interna, cuyo objetivo es lograr que nuestro personal se comprometa con el propósito de Sodimac, generar y facilitar el *mindset* de la transformación, e impactar y sensibilizar con innovación, fortaleciendo la comunicación y la conexión entre áreas.

²⁰ Refleja el grado de compromiso que los trabajadores sienten para ayudar a la compañía a alcanzar sus metas (orgullo, motivación, intención de permanencia y realización personal).

²¹ Representa cuanto los colaboradores recomendarían trabajar en la empresa.

²² Refleja cómo se han sentido las personas últimamente.

#RECONOCER

Es valorar lo que somos

Asociado estrechamente a nuestros valores corporativos, este programa representa una oportunidad invaluable para cada uno de nosotros, ya que nos permite valorar y celebrar los comportamientos que todos compartimos. Reconocemos los valores como una forma de conectarnos y celebrar que somos un tremendo equipo.

Características del programa:

- Plataforma desarrollada internamente por Falabella, para toda la región. Es un modelo 360 centrado en la persona.
- Reconocimientos están asociados a valores corporativos en primera instancia.
- Formulario simplificado para reconocer de forma rápida y fácil.
- Todos los reconocimientos quedan registrados en base de datos.
- Reconoce a personas y equipo de cualquier negocio y país (máximo 10 personas).

	ARGENTINA		URUGUAY	
	nov-23	dic-23	nov-23	dic-23
<i>Reconocedores</i>	199	84	58	90
<i>Somos un solo equipo</i>	137	64	46	82
<i>Nos movemos ágilmente</i>	86	43	39	51
<i>Nos apasionamos por el cliente</i>	82	30	19	17
<i>Cuidamos el futuro</i>	18	7	5	29
<i>Mujeres</i>		78%		52%
<i>Hombres</i>		22%		48%
<i>Reconocidos</i>	229	721	55	85
<i>Somos un solo equipo</i>	159	536	46	78
<i>Nos movemos ágilmente</i>	101	320	36	48
<i>Nos apasionamos por el cliente</i>	93	228	20	17
<i>Cuidamos el futuro</i>	20	87	5	28
<i>Mujeres</i>		69%		59%
<i>Hombres</i>		31%		41%

Durante el 2023 tuvimos los siguientes reconocimientos:

Colaborador del Año: Durante diciembre, todo el personal de Tienda y Oficina vota para elegir al/a la mejor colaborador/a y al/a la mejor jefe/a del año. En este sentido, se toma como referencia quienes representan los valores de la Compañía.

Premio a la Trayectoria: En Sodimac premiamos la antigüedad y reconocemos el compromiso de quienes cumplen 5, 10, 15, 20 y 25 años junto a nosotros recibiendo diferentes obsequios.

Aniversarios de Apertura de Tiendas: Cada aniversario de nuestras Tiendas es un momento para agradecer, festejar y compartir.

Agradecimiento por gestiones especiales: Agradecemos la colaboración de nuestra gente cuando se generan proyectos y tareas compartidas que requieren del trabajo integrado entre distintas áreas.

Cambio de Tiendas: Agradecimiento homenaje a los colaboradores que cambian de Tiendas.

Graduación: Destacamos el esfuerzo a nuestros profesionales recientemente graduados.

Agradecimiento de Despedida: Reconocimiento a aquellos colaboradores que, por motivos de jubilación o desarrollo personal, deciden emprender nuevos desafíos.

CALIDAD DE VIDA

OFRECEMOS BENEFICIOS PARA NUESTROS COLABORADORES, QUE PROMUEVEN EL EQUILIBRIO ENTRE SU VIDA PERSONAL Y EL TRABAJO, DONDE SE ENFATIZAN LA FLEXIBILIDAD DE LA JORNADA LABORAL, EL BIENESTAR Y LA OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO LIBRE COMO PILARES FUNDAMENTALES

Con el propósito de realizar acciones tendientes a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, promover una vida sana y equilibrada, y cuidar el bienestar físico y psicológico, contamos con una **Política de Salud y Bienestar** que establece los lineamientos generales (con sus respectivos procesos y procedimientos), mediante los cuales se fomenta una vida sana, equilibrada, tendiente a mejorar el bienestar físico y psicológico de nuestro personal que contribuya a evitar el “*mobbing*” e incrementar el sentido de pertenencia, el compromiso de los colaboradores, el desarrollo de la marca empleadora y el afianzamiento de la cultura organizacional identificándose con los valores, principios y objetivos de la compañía, acompañándolos en todo el ciclo de vida.

Esta política se respalda con nuestro Manual de Beneficios, el cuál está diseñado para potenciar la calidad de vida de nuestros colaboradores en 3 pilares:



Fomentar una vida sana	Promover el equilibrio vida personal/trabajo	Afianzar la cultura organizacional	Ofrecer compensaciones competitivas
------------------------	--	------------------------------------	-------------------------------------

Fomentar una vida sana: Implementamos acciones que contribuyen a generar conciencia respecto a un estilo de vida saludable, con una alimentación sana acompañada de actividad física.

- Beneficio de Medicina Privada Prepaga (aplica solo a Fuera de Convenio)
- Beneficio de Frutas (aplica solo a Oficinas de apoyo)
- Beneficio de Gimnasios
- Opción saludable en los comedores
- Beneficio Bimbo
- Seguro de vida optativo

Promover el equilibrio vida personal/trabajo: Realizamos acciones tendientes a equilibrar las necesidades personales y familiares con las obligaciones laborales, permitiéndoles a los colaboradores disponer de tiempo libre adicional para satisfacerlas, contribuyendo a reducir los niveles de stress personal y profesional.

- Beneficio Día Sodimac
- Beneficio Presencialidad Flexible (aplica solo para Oficinas)
- Beneficio Nacimiento de hijos para padre/madre no gestante
- Beneficio Maternidad Flexible: Les permite a las colaboradoras reintegrarse a la vida laboral de manera progresiva, dándole la posibilidad de trabajar durante los 3 (tres) meses posteriores a su reintegro de la Licencia por Maternidad de manera part time, pudiendo optar por una jornada de 30hs semanales. Podrá extenderse la maternidad flexible por 3 meses más.
- Beneficio Futura Mamá: La futura mamá podrá gozar de media jornada libre una vez por mes para realizar trámites personales y/o controles médicos necesarios.
- Beneficio días de examen adicionales (Aplica solo para Fuera de Convenio)
- Beneficio vacaciones adicionales (Aplica solo para Fuera de Convenio)
- Beneficio Graduación
- Beneficio Matrimonio/Unión Civil

- Beneficio Graduación de hijos
- Beneficio Licencia por estudios universitarios en el exterior
- Beneficio Viernes Corto (Aplica solo para Oficinas de Apoyo)
- Beneficio de Licencias por “momentos únicos”: Otorga una licencia de 14 días de corrido por matrimonio o unión civil, por nacimiento para padre/madre no gestante, dos días libres por graduación en educación superior, medio día libre para asistir a la entrega de diplomas de hijos al finalizar el ciclo escolar/universitario.
- Reintegro por Guardería

Afianzar la cultura organizacional: Cultivamos los valores y principios organizacionales para contribuir al desarrollo de un clima laboral ameno y de confianza mediante acciones de RSE, celebraciones y entrega de obsequios en fechas especiales.

- Política de Puertas Abiertas
- Canal de Integridad
- Obsequios en Fechas especiales
- Celebraciones en Fechas Especiales
- Celebración de Fin de Año
- Reconocimientos a la Excelencia en el Servicio
- Voluntariados Corporativo
- Políticas de Diversidad e Inclusión

Ofrecer Compensaciones competitivas: Brindamos propuestas de compensaciones que resulten atractivas para los talentos del mercado y motivadoras para los colaboradores que se encuentran dentro de la organización.

- Política de Compensaciones
- Procedimiento Escalas Salariales
- Descuentos: Descuento de personal en la web de Sodimac.com.ar y en tiendas.
- Beneficio 3x1: Los colaboradores puedan extender su “Descuento Empleado” a dos personas referidas y que, consecuentemente, estos puedan efectuar compras en las Tiendas Sodimac aplicándoles el mismo “Descuento Empleado” que le corresponde al colaborador efectivo de la Compañía.
- Beneficio Universidades
- Beneficio de construcción, remodelación y mudanza

Permiso Parental Argentina	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Personal que gozó de su licencia	16	6	22	12	6	18
Personal que regresó luego de la licencia	16	6	22	12	6	18
Personal activo luego de los 12 meses	13	6	19	16	4	20
Tasa de regreso al trabajo	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Tasa de retención	81%	100%	86%	80%	100%	83%

Permiso Parental Uruguay	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Personal que gozó de su licencia	3	10	13	6	6	12
Personal que regresó luego de la licencia	3	10	13	6	6	12
Personal activo luego de los 12 meses	3	10	13	6	5	11
Tasa de regreso al trabajo	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Tasa de retención	100%	100%	100%	100%	83%	92%

Comprometidos con el bienestar de los trabajadores, implementamos diversas campañas con organismos reconocidos para promover buenos hábitos y prácticas saludables.

Junto a la Liga Argentina de la Lucha contra el Cáncer se organizó una charla de sensibilización sobre el cáncer de mamas, se abordaron temáticas como: prevención, mitos y acompañamiento a familiares/amigos y cómo hacer un auto test.



Junto a Fundación Huésped, se conmemoró el Día Mundial del Sida con entrega de información y un conversatorio. La temática se basó en ETS, prevención, mitos y verdades, ESI.

4.5 Diálogo Social

TODOS LOS SALARIOS EN SODIMAC ARGENTINA SE ENCUENTRAN POR ENCIMA DEL SMVM. EL SALARIO BÁSICO INICIAL SUPERA EN UN 54% EL SMVM EN ARGENTINA. EL SALARIO MÍNIMO ESTÁNDAR EN SODIMAC ARGENTINA ES DE \$156.000,00

TODOS LOS SALARIOS EN SODIMAC URUGUAY SE ENCUENTRAN POR ENCIMA DEL SMVM. EL SALARIO BÁSICO INICIAL SUPERA EN UN 55% EL SMVM EN URUGUAY. EL SALARIO MÍNIMO ESTÁNDAR EN SODIMAC URUGUAY ES DE \$21.107,00

Promovemos la libertad de asociación y la negociación colectiva y para ello contamos con un **Procedimiento de Relación Sindical**, que se sustenta en cuatro pilares fundamentales:

- Respeto a las Personas
- Compromiso con el Desarrollo Personal y Profesional
- Legitimidad de las Organizaciones Gremiales
- Apego a la Legislación

Las reuniones con sindicatos son lideradas por el Gerente de Operaciones acompañado por el Subgerente de Gestión Humana y los Delegados de tiendas según la tienda que corresponda. Se realizan 2 reuniones anuales para conversar acerca de salarios y a su vez algunas reuniones puntuales donde se tratan temas como acceso y promoción de beneficios.

Con el objetivo de asegurar equidad interna en cuanto a las remuneraciones ofrecidas a nuestro personal, contamos con una estructura salarial según responsabilidades y nivel jerárquico de cada puesto de trabajo. Para asegurar la equidad externa, participamos en diferentes encuestas salariales de mercado, encabezadas por consultoras que nos brindan información para realizar comparaciones y tomar decisiones en materia de compensaciones y beneficios. Además, semestralmente, realizamos un análisis de remuneraciones y ajustes por inflación, que, a su vez, van de la mano del resultado de la última evaluación de desempeño.

Personal Propio por los convenios colectivos de trabajo Argentina	2023		2022	
	Q	%	Q	%
Fuera de Convenio	319	38%	255	32%
Dentro de Convenio	509	62%	549	68%
TOTAL	828	100%	804	100%

Personal Propio por los convenios colectivos de trabajo Uruguay	2023		2022	
	Q	%	Q	%
Fuera de Convenio	-	-	-	-
Dentro de Convenio	430	100%	518	100%
TOTAL	430	100%	518	100%

4.6 Salud y Seguridad

EL CUIDADO Y LA SEGURIDAD DE NUESTRO PERSONAL Y NUESTRA CARTERA DE CLIENTES ES UNA PERMANENTE PRIORIDAD. ESTA PREOCUPACIÓN LLEVÓ AL DESARROLLO DE UNA CULTURA PREVENTIVA, QUE INVOLUCRA UNA SERIE DE PROCESOS DE FORMACIÓN Y MEJORA CONTINUA.



En SODIMAC estamos comprometidos con la protección y el bienestar de nuestros Colaboradores y Clientes. Reconocemos que la Higiene y la Seguridad son fundamentales para garantizar un entorno de trabajo saludable y seguro.

Cumplimos siempre con todas las leyes, regulaciones y políticas sobre salud y seguridad en nuestros establecimientos. Actuar íntegramente en relación con la salud y la seguridad es esencial para proporcionar un ambiente de trabajo y de compras seguro, por tal motivo nos mantenemos actualizados respecto de las normas aplicables y trabajamos para garantizar su cumplimiento.

Nuestra **Política de Higiene y Seguridad** establece como objetivo lograr las mejores condiciones de trabajo con seguridad y cuidado del medio ambiente en todo puesto de trabajo. Para ello, se desarrollan las siguientes acciones:

- Investigación y análisis de accidentes.
- Auditorías de higiene y seguridad.
- Verificación y control de los EPP (Elementos de Protección Personal).
- Elaboración y control de normas y reglamentación de Higiene y Seguridad.
- Control de las empresas contratistas.
- Implementación de medidas correctivas en función de las evaluaciones realizadas.
- Elaboración de estadísticas de accidentología.
- Estudios de puestos de trabajo.
- Control y mantenimiento de matafuegos.
- Ejecución de los planes de evacuación.

Con el fin de mantener un ambiente laboral adecuado en lo que respecta a la salud, higiene y seguridad de nuestro personal, contamos con:

- Servicio médico en todas nuestras Tiendas²³
- Sala de descanso acondicionado
- Brigadistas capacitados en Tiendas y oficinas
- Cronograma semestral de capacitación en temas de seguridad e higiene

Contamos con un **Manual de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente**, que incluye nuestra Política de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente, en la que se establece como objetivo lograr las mejores condiciones de trabajo con seguridad y cuidado del medio ambiente en todo puesto de trabajo, proyectando esta política a su ámbito externo.

PREVENCIÓN DE RIESGOS EN EL TRABAJO

Nuestro objetivo es preservar la salud y la seguridad de nuestros Colaboradores y Clientes y reducir los accidentes laborales. Realizamos evaluaciones periódicas y tomamos las medidas necesarias para controlar y mitigar estos riesgos.

²³ Vigente hasta diciembre 2022.

Dentro del **Manual de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente**, explicamos la definición y clasificación de accidentes e incidentes, que pueden llegar a ser laborales o in itinere.

Las causas de los accidentes pueden ser:

- Por actos inseguros: 90%
- Por condiciones inseguras: 8%
- Por causas inevitables: 2%

CURSOS 2023 TOTAL PARTICIPANTES	URUGUAY	ARGENTINA
Prevención de incendios	76	511
Ergonomía	84	480

610 colaboradores recibieron capacitaciones en temas de salud y seguridad laboral en Argentina y 452 en Uruguay durante el 2023.

ACCIDENTES ²⁴	2023
ARGENTINA	50
Hombres	40
Mujeres	10
URUGUAY	4
Hombres	s/d
Mujeres	s/d

EDUCACIÓN Y FOMENTO DE LA SEGURIDAD

Fomentamos una cultura de seguridad y conciencia en la higiene y la seguridad entre todos los miembros de nuestra organización y proporcionamos información y capacitación adecuadas a nuestros colaboradores para que estén familiarizados con los procedimientos y prácticas de higiene y seguridad promoviendo la comunicación abierta y alentando a todos a informar sobre cualquier problema de seguridad o sugerencia de mejora.

Al momento de un nuevo ingreso, se brinda una inducción sobre temas de salud y seguridad. A su vez, todo el personal recibe una vez al año trípticos con formación sobre: uso de elementos de protección personal, ergonomía, clases de fuego. A su vez, según el cronograma de cada país se refuerza este tipo de capacitaciones en formato presencial en cada tienda.



El área de seguridad e higiene cuenta con un cronograma de capacitaciones específico de seguridad y salud ocupacional, para ampliar los conocimientos de los colaboradores y mantenerlos actualizados, para saber enfrentar cualquier

²⁴ No tuvimos enfermedades profesionales durante el 2023 en Argentina ni en Uruguay.



situación de emergencia. Por otro lado, cada Tienda y oficina tiene un grupo de brigadistas, quienes se forman y realizan prácticas de apagado de principios de incendio y evacuación.

El objetivo es establecer las necesidades de formación que se requieren para los colaboradores de nuestras Tiendas, de forma de poder cumplimentar (en la medida de lo posible) con la totalidad de los temarios. Entre ellos se encuentran:

- RCP y atención en primeros auxilios
- Operación segura en autoelevadores
- Accidentes, incidentes, enfermedades profesionales
- Control de derrames y trabajo en altura
- Simulacros de evacuación
- Práctica en uso de extintores
- Normas de seguridad y elementos de protección personal

Objetivos y tareas del área:

Inspecciones de seguridad: Se realizan inspecciones periódicas/caminatas para identificar posibles peligros y riesgos en el entorno de la tienda, como en las exhibiciones de mercaderías, activos y en las diferentes áreas, como también en los equipos defectuosos. (2 caminatas semanales de riesgos por sector y caminatas diarias de apertura de tienda).

Mantenimiento preventivo del sistema de Extinción y Detección de Incendio: Se programan y llevan a cabo mantenimiento regular mensual en equipos y sistemas de detección como de extinción de incendios.

Capacitación del personal: Se proporciona formación en materia de Higiene y Seguridad de procedimientos de emergencia a todos los colaboradores para que estén preparados para responder adecuadamente ante situaciones de riesgo.

Formación de la Brigada de Incendio: Estas brigadas están compuestas por colaboradores voluntarios que han recibido entrenamiento especializado en técnicas de prevención, control y extinción de incendios, así como en primeros auxilios y evacuación de emergencia.

Simulacros de Emergencias: Estas prácticas planificadas simulan situaciones reales de crisis, como incendios, con el fin de evaluar y mejorar la respuesta de las personas ante estas situaciones. Involucra la planificación, ejecución y evaluación de acciones de seguridad, con el objetivo de fortalecer la preparación y coordinación en caso de emergencia real.

Planificación de emergencias: Se desarrollan planes de emergencia detallados que incluyen procedimientos de evacuación, puntos de reunión y contacto con servicios de emergencia para garantizar una respuesta rápida y eficaz en caso de incidentes.

Gestión de productos químicos y residuos: Manejo adecuado de los productos químicos peligrosos y los residuos generados en la tienda, siguiendo los protocolos de seguridad y las regulaciones ambientales correspondientes.

Control de acceso: Establecen controles de acceso para limitar la entrada a áreas restringidas y proteger tanto a los colaboradores como a los clientes de posibles riesgos asociados con ciertos productos o equipos (como sala de TGBT, GE, Bombas de Incendios, etc.).

Promoción de la seguridad entre los clientes: A través de señalización adecuada y mensajes informativos, fomentan un comportamiento seguro entre los clientes, como mantenerse alejados de áreas peligrosas o como utilizar los carros de compras de manera segura.

Durante el 2023 en ambos países se realizó una capacitación a los brigadistas sobre prevención de incendios con prácticas de apagado de fuego.

5. NUESTROS PROVEEDORES



Contenidos GRI 2-6, 3-3, 204-1, 308-1, 308-2, 407-1, 408,-1, 409-1, 414-1, 414-2

Nuestro Compromiso

Tratamos a las personas que nos proveen de manera transparente y justa; desarrollamos relaciones de largo plazo como socios estratégicos de nuestra cadena de valor, realizando acciones que valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común.

Aspectos Materiales

- Gestión sostenible de proveedores
- Satisfacción del proveedor
- Emprendimiento local y sostenible

5.1 Gestión Sostenible de Proveedores

BUSCAMOS ESTABLECER RELACIONES DE LARGO PLAZO, TRANSPARENTES, DE MUTUO BENEFICIO Y CON UN TRABAJO CONJUNTO, BASADO EN REGLAS CLARAS, JUNTO AL INCENTIVO DE PRÁCTICAS DE OPERACIÓN RESPONSABLE, LOGRANDO UN ALTO NIVEL DE SATISFACCIÓN FRENTE A LAS CRECIENTES EXIGENCIAS DE CLIENTES.

En 2023, la cadena de valor de Sodimac Argentina está compuesta por más de 2.200 proveedores de productos y servicios (nacionales e importados), y los proveedores de Uruguay ascienden a más de 750. La relación con estos proveedores se basa en una eficiente coordinación, la complementariedad de capacidades, el fomento de la innovación, una producción confiable para atender las necesidades de los clientes.

Conscientes de la responsabilidad que tenemos para cumplir con las expectativas de nuestros clientes y de la comunidad en general y porque creemos que actuar ética y responsablemente no es solo hacer lo correcto, sino que también es la forma correcta de hacer negocios, hemos implementado distintas iniciativas vinculadas con el relacionamiento responsable y ético con nuestros proveedores.

La **Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores** presenta los parámetros de integridad corporativa en los que basamos nuestro actuar, y las expectativas de comportamiento que nuestros proveedores deben observar en su relación comercial con nosotros. Todos nuestros proveedores deben firmar la Cláusula de Cumplimiento Sodimac y Argentina y la Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores que desarrolla los siguientes temas:

- Prevención de delitos
- Anticorrupción
- Libre competencia
- Derechos de propiedad intelectual
- Conflictos de interés
- Regalos e invitaciones
- Derechos del consumidor
- Medio ambiente
- Protección de datos personales
- Derechos Humanos
- Diversidad e inclusión
- Cumplimiento de la normativa laboral

Nos relacionamos con quienes nos proveen sobre la base de los siguientes principios:

- La colocación de órdenes y la celebración de contratos y compromisos con proveedores se concreta con total imparcialidad, sin favoritismos y privilegiando siempre el interés comercial y patrimonial de nuestra Empresa.

- Se establecen vínculos con proveedores en los que podamos confiar, dispuestos a ceñirse a sus normas de calidad y a actuar conforme con las pautas de seriedad con las que procedemos. Las ofertas de proveedores son sometidas periódicamente a evaluación y comparación, para obtener mayor calidad y mejores servicios y condiciones.
- Nuestro personal debe evitar participar en reuniones, agasajos u otro tipo de celebraciones con proveedores, si es que estas pudiesen comprometer su independencia de juicio y libre decisión en favor de los intereses de la Empresa.
- Las invitaciones a evaluar productos, ofrecidos por proveedores, deben ser informadas a la gerencia respectiva, con el fin de evitar toda posible presión que comprometa lo indicado en el párrafo anterior.
- Las decisiones comerciales se basan en el mérito de las ofertas recibidas y, en ningún caso, pueden verse influidas por favores, regalos, invitaciones, préstamos o servicios de cualquier naturaleza, que efectúe alguna persona u organización que realice negocios con nuestra Empresa o sea competidor de ella. Ningún empleado/a puede solicitar ni insinuar el pedido de incentivos de ningún tipo como condición para establecer relaciones comerciales con la Empresa.

Proveedores Argentina	2023		2022 ²⁵	
	Q	%	Q	%
De producto	1.331	58,4%	1.992	60%
De servicio	948	41,6%	1.337	40%
	2.279	100%	3.329	100%
Nacionales	1.684	73,9%	2.039	61%
Extranjeros	595	26,1%	1.290	39%
	2.279	100%	3.329	100%
Proveedores Uruguay				
De producto	430	55,3%	-	-
De servicio	348	44,7%	-	-
	778	100%	-	-
Nacionales	754	96,9%	-	-
Extranjeros	24	3,08%	-	-
	778	100%	-	-

Proporción de gasto en proveedores	ARGENTINA		URUGUAY	
	2023	2022	2023	2022
	Q	Q	Q	Q
Nacionales	83,88%	99,73%	62,13%	-
Extranjeros	16,11%	0,27%	37,86%	-
	100%	100%	100%	-

Comité de Riesgo Operacional y Comité de Riesgo de Logística

Con el propósito de complementar la gestión de riesgos y fortalecer el ambiente de control en la gestión, administración y seguimiento de proveedores del negocio, se conformó un **Comité de Riesgo Operacional** y un **Comité de Riesgos de Logística**—liderado por el Gerente General—, que incluye:

- Proveedores por compra de mercadería
- Proveedores de logística y abastecimiento
- Proveedores de servicios
- Proveedores de marca propia

En ambos comités, se ven temas de evaluación de proveedores por calidad de productos, revisión de flujo de caja, logística y abastecimiento, pago a proveedores, entre otros.

²⁵ No contamos con medición de proveedores y gasto en proveedores de Uruguay histórico.

10 EMPRESAS PROVEEDORAS EVALUADAS POR EL PROGRAMA SEDEX.

Desde 2015 somos miembros de Sedex (*Supplier Ethical Data Exchange*), una organización internacional sin fines de lucro, que busca impulsar mejoras en las cadenas de suministro en aspectos relacionados con la ética y la responsabilidad, para desarrollar un programa de abastecimiento responsable, difundiendo entre quienes nos proveen contenidos relacionados con el cumplimiento de estándares laborales, medioambientales y éticos.

En este sentido, invitamos a nuestros proveedores nacionales e importados a incorporarse a esta plataforma y realizar el cuestionario de Autoevaluación (SAQ) sobre 4 áreas clave: Normativas laborales, Prevención de riesgos laborales, Medio ambiente y Ética comercial.

En este contexto, los objetivos de este **Programa de Evaluación de Proveedores** son:

- 1.- Evaluar a nuestras empresas proveedoras en materia de cumplimiento de estándares laborales internacionales, ética y medioambiente, para reducir riesgos, proteger la reputación corporativa y realizar un seguimiento de prácticas y no conformidades en la cadena de suministro.
- 2.- Que las empresas proveedoras puedan conocer e implementar mejoras en ámbitos sociales, éticos y medioambientales.

CONTINUAMOS TRABAJANDO EN SEDEX, BUSCANDO IMPULSAR MEJORAS EN LAS PRÁCTICAS EN CUANTO A ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO. NUEVAS EMPRESAS PROVEEDORAS SE SUMARON A LA INICIATIVA Y SE PROFUNDIZÓ EL TRABAJO DE SEGUIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR CON LAS AUDITORÍAS SOCIALES²⁶, CON EL FIN DE REVISAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE SALUD Y SEGURIDAD DE TRABAJADORES, RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS, MEDIOAMBIENTE Y LABORALES QUE SODIMAC EXIGE.

Para avanzar en el proceso de evaluación de quienes nos proveen, se ha definido realizar una segmentación mediante variables, que permiten un análisis desde el riesgo y focalizar los esfuerzos; estas son:

1. Participación corporativa
2. Nivel de compras a proveedor
3. Riesgo social y medioambiental asociado al tipo de producto

Hemos solicitado gradualmente, a proveedores nacionales e importados, incorporarse a la plataforma Sedex. La evaluación se realiza de dos formas, mediante la Herramienta de Análisis de Riesgo de Sedex y mediante una Auditoría en las Instalaciones del Proveedor.

En 2023 acompañamos a 9 proveedores a realizar la autoevaluación de Sedex y realizamos 1 auditoría.

Vendor Compliance

Es el contrato entre la empresa proveedora y Sodimac, que incluye, entre otras, cláusulas de responsabilidad social y ética empresarial, que son obligatorias para todos los acuerdos con proveedores de acuerdo con las políticas del Grupo Falabella y Sodimac. Este incluye el **Código de Conducta**, aplicable a proveedores basado en los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y una breve explicación acerca de la importancia de cada uno de ellos.

Mediante la firma del documento denominado "*Vendor Compliance*", aceptan que Sodimac realice auditorías a sus instalaciones y se comprometen con la **Declaración Básica de Responsabilidad Social de Proveedores** y con el **Código de Conducta** que es aplicable a ellos, el cual contempla:

La declaración de ausencia de²⁷:

- Trabajo Infantil
- Trabajo Forzoso o Involuntario

²⁶ Auditorías de comercio ético para verificar el cumplimiento de los requisitos de SMETA (*Sedex Members Ethical Trade Audits*) de dos pilares, normas laborales y salud y seguridad.

²⁷ No hemos identificado proveedores donde derecho de asociación sindical y negociación colectiva podría estar en riesgo, ni proveedores con riesgo a casos de trabajo infantil o trabajo forzoso y obligatorio.

- Acciones Disciplinarias y Maltrato Discriminación

La declaración de apoyo a:

- La Libertad de Asociación
- El Cumplimiento de Normas de Salud y Seguridad
- El Respeto de Requerimientos Ambientales
- La Compensación Adecuada a sus Colaboradores
- La Inclusión de Beneficios a Empleados

Todos los *Vendor Agreements* que se firmen con quienes nos proveen contienen una cláusula de cumplimiento de **Código de Ética** y normas de anticorrupción.

Visitas a Plantas de Proveedores

POTENCIAMOS NUESTRA CADENA DE ABASTECIMIENTO Y LOGÍSTICA APOYANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, CON EL FIN DE MEJORAR LA EXPERIENCIA DE CADA CLIENTE.

Continuamos con las visitas a las fábricas de nuestros principales proveedores, en las que visualizamos el proceso completo de fabricación del producto y, de esta forma, conocemos en profundidad las características de los productos, el tipo de material del cual está compuesto, su calidad, etc. A través de estas visitas, se obtienen varias ventajas:

- Capacitar a nuestro personal con respecto a los productos que vendemos en nuestras Tiendas.
- Afianzar la relación con quienes nos proveen.
- Fomentar el compañerismo y el respeto entre los asistentes.

6. NUESTROS CLIENTES



Contenidos GRI 3-3, 416-1

Nuestro Compromiso

Nuestra cartera de clientes es el centro de nuestro quehacer, asegurando la disponibilidad, la calidad y la seguridad de nuestros productos, respetando sus derechos y atendiendo a sus expectativas, cumpliendo nuestras promesas, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa, y con la mejor experiencia en servicio.

Aspectos Materiales

- Experiencia de compra
- Salud y seguridad de productos
- Economía circular y consumo responsable
- Ética publicitaria

6.1 Clientes de Sodimac

SOMOS UNA COMPAÑÍA BASADA EN EL TRABAJO EN EQUIPO, EL DESARROLLO DE LAS PERSONAS Y LA ORIENTACIÓN A CLIENTES.

Ofrecemos a nuestra cartera de clientes una gran variedad de productos, provenientes tanto de fabricantes locales como internacionales. Esto ha facilitado la posibilidad de elegir productos más apropiados y adaptados a sus requerimientos y gustos, sofisticando sus decisiones de compra. Al mismo tiempo, los clientes se han vuelto más responsables y exigentes en cuanto a la calidad, la procedencia y los métodos de elaboración de los productos que adquieren.

LA SEGURIDAD DE NUESTRA CARTERA DE CLIENTES ES UNA PREOCUPACIÓN FUNDAMENTAL. POR ELLO, ES DE SUMA IMPORTANCIA CUMPLIR CON TODAS LAS LEYES Y LAS REGULACIONES APLICABLES SOBRE LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS. ASIMISMO, DEBEMOS EXIGIR A NUESTRAS EMPRESAS PROVEEDORAS CUMPLIR CON ELLAS DE MANERA DE ASEGURAR QUE, DENTRO DE TODA LA CADENA DE SUMINISTRO, NO EXISTAN PROBLEMAS QUE PUEDAN AFECTAR A NUESTRO PERSONAL O CLIENTES.

La propuesta de valor hacia nuestra cartera de clientes particulares se enfoca en contribuir a su calidad de vida, buscando cumplir el sueño de sus proyectos a través de la mejor experiencia en la interacción con la marca. Nuestro desafío consiste en inspirarlos y hacerles propuestas accesibles para mejorar su calidad de vida en sus propias casas. Por otro lado, la propuesta de valor hacia nuestra cartera de clientes profesionales es ofrecerles productos de calidad para mejorar su trabajo.

Familias (dueños y dueñas de hogares)	Maestros (contratistas, pequeños especialistas)	Empresas (constructoras medianas y grandes)
--	---	--

6.2 Experiencia de compra

NUESTRA FORMA DE GESTIÓN SOSTENIBLES EXIGE ADQUIRIR NUEVOS CONOCIMIENTOS Y NUEVAS HABILIDADES, FOCALIZAR RECURSOS, ESTIMULAR LA INNOVACIÓN Y FORTALECER SIGNIFICATIVAMENTE LA CAPACIDAD DE DIÁLOGO ACTIVO CON NUESTRA CARTERA DE CLIENTES Y NUESTRO ENTORNO

6.2.1 Avances en la Transformación Digital

Enfrentamos nuevos desafíos, avanzando en la extensión del negocio mediante el desarrollo de nuevos formatos, servicios y una creciente presencia digital. Nos encontramos en un proceso de digitalización, que además de ser una oportunidad para incrementar las ventas, también satisface mejor las expectativas de nuestra cartera de clientes.

Teniendo en cuenta este escenario, desarrollamos nuestro negocio potenciando el comercio electrónico y la digitalización de nuestra Organización. Apuntamos a la transformación digital para impulsar el uso de la tecnología y generar nuevos modelos de negocio, que mejoren exponencialmente la experiencia de compra de nuestra cartera de clientes. Por eso, continuamos desarrollando iniciativas que optimicen y hagan más eficiente nuestro negocio tradicional, mejorando nuestras tiendas desde una perspectiva tanto digital como sostenible. También, incorporando las nuevas tendencias de uso de la tecnología que mejoren la experiencia cliente, enfocándonos en la transformación de las tiendas físicas a tiendas digitalmente integradas, para poder ofrecer la mejor calidad, asesoramiento, venta y despacho de productos.

6.2.2 Innovaciones para mejorar la experiencia

Tanto en Argentina como en Uruguay implementamos las siguientes innovaciones:

- Continuamos con el proceso de transformación en el área de sistemas, integrando más procesos de gestión operativa y mejoras en las sinergias a nivel corporativo.
- En infraestructura, mejoramos el esquema de redes de telecomunicaciones para hacer más eficiente el uso de nuevas tecnologías y formas de comunicación, trabajando especialmente en la seguridad y resiliencia de los servicios.
- En procesos de homologación y certificación, hicimos las mejoras necesarias para evolucionar hacia la certificación PCI 4.0 en los procesos de ventas presenciales y no presenciales. Esto posibilitará dar seguridad a toda la operación y dará a los clientes el convencimiento de que su información es un activo crítico que hay que proteger.
- Implementamos diferentes soluciones de tecnología aplicada a la logística:
 - TMS (Transport Management System) para la gestión de los camiones de abastecimiento a las tiendas.
 - Simpliroute, lo que se utilizó en la optimización del ruteo de última milla en el reparto a clientes.
 - Google Cloud Platform para el desarrollo de reportes de gestión en la cadena de abastecimiento con la plataforma Looker.

En Argentina implementamos las siguientes innovaciones:

- Multiadquiere de tarjetas de crédito y débito con un socio estratégico, lo que elevó la eficiencia y seguridad de las transacciones.
- Desarrollamos el cobro en los puntos de venta con QR 3.1 lo que permitió agregar todo el espectro de billeteras electrónicas del mercado argentino en línea con masificar las formas de cobro, llegando a más clientes.

En Uruguay expandimos el uso de cajas de autoatención y se dotó de terminales inteligentes a todas las tiendas para gestionar la mercadería con mayor eficiencia en el uso de los altillos y pasillos.

Durante 2023, continuaron los esfuerzos para mejorar los procesos, calidad de gestión y tiempos de respuesta, considerando las expectativas y necesidades de los clientes para brindar una renovada experiencia de atención.

En ese sentido, se trabajó en canales escritos y se implementó un menú de atención con respuestas preestablecidas en el canal de contacto de WhatsApp fomentando la autogestión del cliente y el uso de dicho canal con un crecimiento sostenido del 192%. Asimismo, el canal telefónico redujo paulatinamente la cantidad de llamadas recibidas en un 37% anualizado.

La empresa desarrolló también un plan de capacitación interna continua, con la reasignación de tareas a los analistas generando una mejora en la distribución de estas.

Se documentaron también procesos y políticas de gestión que se compartieron con los distintos puntos de atención para unificar y parametrizar criterios para contestar a los clientes. En paralelo se activaron campañas proactivas de comunicación al cliente para mantenerlo informado y cubrir sus expectativas sobre gestiones solicitadas.

A su vez, se desarrolló la Mesa de Ayuda al transportista externo, que permitió mayor tiempo de gestión de los analistas, optimizando períodos de respuestas y focalizándonos en brindar una mejor calidad de servicio. Finalmente implementamos el proceso de automatización de anulaciones totales y parciales mediante RPA.

En cuanto a la vía administrativa, se priorizó el registro de todas las acciones de los clientes, con una marcada orientación en propuestas para fidelizarlos, mitigando así la contingencia de medidas en otras instancias. Se recibieron más de 28.000 encuestas en el 2023, que mostraron una mayor llegada a los clientes y un crecimiento en respuestas del 33% en comparación con el año anterior, sobre la recomendación de la marca Sodimac a un conocido. De estas, el 85% la calificó de 7 a 10 (escala 0 a 10) vs el 83% del 2022. Esta clara mejora se debe al análisis de la lectura de esos estudios y el constante feedback a cada una de las áreas involucradas. Nos focalizamos en la mejora en la velocidad de entrega en los puntos del retiro.

Continuamos con Capacitación Día 1 a cada colaborador que ingresa a la compañía compartiéndoles la voz del cliente para que se involucren y comprendan el aporte de cada uno en mejorar la experiencia de las personas. Además, sumamos rondas de capacitación de Experiencia al Cliente en todas las Tiendas para todos los colaboradores.

En lo relativo a check out, se está en la etapa de finalización del desarrollo del self check out low cost que permitirá dar una alternativa de autoatención.

6.2.3 Comercio electrónico y Omnicanalidad

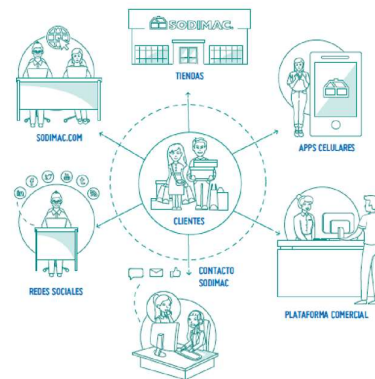
DESARROLLAMOS UNA ESTRATEGIA DE OMNICALIDAD, ORIENTADA A GENERAR VALOR PARA NUESTRA CARTERA DE CLIENTES EN CUALQUIER PLATAFORMA.

El principal hito en comercio electrónico en Argentina fue el lanzamiento de Sodimac dentro del Marketplace de ICBC Mall con muy buenos resultados, lo que fortaleció la presencia de marca y la acercó a más clientes. Además de los eventos de hot sale y Cyber, se potenció la venta del canal online a través de tácticas bancarias con descuentos y cuotas con el Banco Provincia, el BBVA y el ICBC, con un fuerte impacto. Asimismo, se continuó apalancando la venta con acciones de “Noche Soñadas” y “Días Soñados”, lo que se tradujo en aumentos tanto en visitas como en ventas. Como parte de la experiencia omnicanal a los clientes, se facilitó la navegación de manera digital y potenció el uso de la App con más y mejores beneficios. Las ventas por la App crecieron de manera significativa respecto a 2022, mejorando la tasa de conversión. Otro logro fue el incremento de la propuesta de productos a pedido, con gran énfasis en la categoría dormitorio, la que obtuvo una alta participación en la venta bajo esta modalidad en la familia de muebles a través del canal de venta a distancia.

En la App de Argentina se alcanzaron 65.000 usuarios activos, creciendo un 74% en transacciones vs el 2022 y un 55% en participación de venta de DVD pasando del 0,8% al 1,6%

Adicionalmente, logramos avances importantes en los tiempos de los envíos por ventas online: los despachos en menos de 48 horas pasaron del 60% del total a un 74%. A ese logro se agregó el aumento del cumplimiento de las fechas pactadas con los clientes, con un crecimiento de siete puntos en 2022, saltando del 83% al 90% de las compras entregadas en tiempo y forma.

Desplegando una estrategia de omnicanalidad, buscamos ofrecer una experiencia de marca consistente, que supere las expectativas de nuestra cartera de clientes en cualquier canal que elijan para contactarse. La omnicanalidad es un medio que nos permite poder homologar los procesos de los distintos canales de ventas, orientados a la satisfacción de nuestra cartera de clientes.



ON-LINE SODIMAC.COM	Para canal de venta <i>on-line</i> o información	CANAL MIXTO	COMPRA <i>ON-LINE</i> Y RETIRA EN TIENDA	Para compras <i>on-line</i> desde sodimac.com	BÚSQUEDA	ENCONTRÁ RÁPIDO TUS PRODUCTOS
TELÉFONO 600.600.1230	Canal de venta telefónica					
VENDEDOR	Asistencia a través de Vendedor/a presencial	CANALES DE DESPACHO	DESPACHO	Entrega a domicilio	OTROS	Wifi
PUNTO DE COMPRA ON-LINE	Compra <i>on-line</i> dentro de la Tienda en pantalla física		RETIRA EN TIENDA	Retirar en Tienda a elección		

6.3 Escuchamos a nuestra cartera de Clientes

Buscamos generar una experiencia de compra diferenciadora respecto a otros actores del mercado. Para ello, se han implementado herramientas activas de escucha en todas las plataformas de atención, con el fin de facilitar la retroalimentación que permita conocer las necesidades de clientes y, sobre esa base, estructurar la plataforma de atención y servicio.

6.3.1 Satisfacción de clientes

UTILIZAMOS, EN TODAS NUESTRAS TIENDAS (INCLUIDO EL E-COMMERCE), EL MODELO DE GESTIÓN NPS PARA MEDIR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN Y LA CALIDAD DE LA EXPERIENCIA QUE PERCIBEN LOS CLIENTES.

Sobre la base de esta retroalimentación, que se analiza diariamente, se introducen cambios y mejoras. De esta forma, se pueden detectar y accionar las mejoras para cada segmento de cliente. Sabemos que para continuar creciendo y para poder brindar a nuestra cartera de clientes una experiencia sobresaliente, debemos innovar. En ese camino, escuchamos sus sueños y los traducimos en nuevos productos y servicios, que combinen estratégicamente nuestras tiendas con tecnologías y procedimientos.

LAS OPINIONES DE NUESTRA CARTERA DE CLIENTES SON NUESTRA OPORTUNIDAD PARA MEJORAR Y OFRECER UN EXCELENTE SERVICIO CADA DÍA.

Mantenemos diferentes canales de diálogo que nos brindan una evaluación integral de los servicios de la Compañía, buscando alcanzar la máxima excelencia en la atención otorgada.

Sistema NPS	Focus Group	Página Web	Redes Sociales	Libro de Quejas	SAC
-------------	-------------	------------	----------------	-----------------	-----

Durante el 2023 en ambos países se puso el foco en las eficiencias en el marco de una mejora continua de los procesos y equipos de trabajo, priorizando siempre la calidad de servicio y experiencia del cliente. Esto incluyó medidas para hacer más productivas las tiendas con énfasis en aumentar la proporción del equipo abocada a la atención de clientes.

A nivel de innovación, se implementó el “Turnero” corporativo que permite obtener indicadores de atención en los mesones de servicio. Al mismo tiempo, se están dedicando esfuerzos para digitalizar los procesos locales tales como recepción de proveedores y gestión del despacho desde tiendas con soluciones in house que agilizan la operación y generan reportes e indicadores para las distintas áreas de la compañía. Con respecto a los procesos, el equipo se enfocó en reestablecer los conceptos de total flow, enmarcados en las iniciativas regionales. A su vez, trabaja en ordenar los procesos de retiro en tienda, respondiendo al fuerte crecimiento del último año en la demanda por este servicio. Se avanzó también en la implementación de sistemas de autoatención de bajo costo, y continuaron los esfuerzos de la mano del equipo regional para alcanzar una solución más ágil y amigable para 2024. Otro desafío que se presenta para el próximo período es potenciar las billeteras digitales incorporando la funcionalidad a UXPOS.

Más información del Centro de Atención al Cliente en Argentina en:

<https://www.sodimac.com.ar/sodimac-ar/content/Servicio%20al%20Cliente?cid=bnchom8478>

Más información del Centro de Atención al Cliente en Uruguay en:

<https://www.sodimac.com.uy/sodimac-uy/content/a600002?cid=infhom288>

6.3.2 Gestión de requerimientos y reclamos

En un entorno desafiante, de creciente competencia, hemos desarrollado una política comercial y de relacionamiento con clientes, que busca satisfacer sus necesidades, procurando brindarles una experiencia de productos y servicios que valoren y que permita a la Empresa diferenciarse en el mercado. Para ello, mantenemos herramientas activas de escucha en todas las plataformas de atención, con el fin de estrechar vínculos e implementar mejoras en beneficio de nuestra cartera de clientes.

Los índices de reclamos y de la velocidad de resolución durante el 2023 tuvieron buenos resultados por sobre los objetivos proyectados.

6.3.2.1 PROGRAMA PROMOTOR

Nuestro modelo de negocio está orientado hacia al cliente; por eso, utilizamos como herramienta de medición de satisfacción el sistema NPS (Net Promoter Score). En el programa NPS realizamos encuestas para poder diseñar planes de acción y mejora en nuestras tiendas físicas y virtuales. Las encuestas se realizan de manera *on-line* y toda nuestra cartera de clientes tiene la opción de evaluar el servicio que ofrecemos en todos los canales de venta.

El NPS de Argentina mejoró en 2023, en línea con un crecimiento sostenido de este indicador durante los últimos cuatro años. Los índices de reclamos y de la velocidad para resolverlos mostraron resultados positivos, superando objetivos establecidos.

Sodimac Argentina	2023	2022
Puntos NPS	48,5	44,8

Sodimac Uruguay	2023	2022
Puntos NPS	50,5	47,5

Comité NSR

El propósito del Comité NSR es transmitir de manera consistente y fortalecer, a todas las áreas, en la gestión sostenible de los procesos de *Non Store Retail* y su mejora continua, así como gestionar y asegurar la implementación de la cultura NSR en todos los procesos comerciales y las operaciones que impacten directamente en nuestra cartera de clientes.

6.3.2.2 SODIMAC EN LAS REDES SOCIALES

Nuestra activa presencia en las redes sociales nos permite escuchar a los clientes en tiempo real, entender sus expectativas y necesidades, y brindar asesoramiento sobre productos y servicios de forma simple y ágil.

Por otro lado, a través de las redes sociales, presentamos nuevas campañas publicitarias y fomentamos una comunidad de aprendizaje. Este es un desafío a largo plazo, en el cual seguiremos trabajando con énfasis, considerando que estos medios nos dan la posibilidad de relacionarnos con clientes y con la comunidad en general de una manera más directa y fácil e inmediata.



FACEBOOK

4,4 millones de seguidores en Argentina

En esta red se publican catálogos con las ofertas y las promociones del mes, acciones solidarias realizadas, concursos de las Tiendas, consejos útiles para decorar el hogar, nuevos productos y lanzamientos.



INSTAGRAM

355.000 seguidores en Argentina 203.000 en Uruguay

Se publican campañas y eventos.

NUESTRAS CAMPAÑAS

NOS ENFOCAMOS EN IMPLEMENTAR CAMPAÑAS INTEGRADAS, COLOCANDO AL CLIENTE EN EL CENTRO, PENSANDO EN SUS NECESIDADES Y EN LAS DIFERENTES ETAPAS DE SU VIDA.

Constantemente, realizamos estudios de imagen de marca y diferentes *focus group*, tanto con clientes particulares como con especialistas de la construcción, con el objetivo de validar el trabajo de comunicación realizado. Las principales campañas publicitarias que hemos desarrollado son:



6.4 Comercio y Marketing responsable

ESTAMOS COMPROMETIDOS EN BRINDAR A NUESTRA CARTERA DE CLIENTES UNA ADECUADA DISPONIBILIDAD, CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECEMOS, RESPETANDO SUS DERECHOS, CUMPLIENDO LAS PROMESAS REALIZADAS Y APLICANDO POLÍTICAS COMERCIALES JUSTAS Y TRANSPARENTES.

6.4.1 Construcción de marca

En Argentina seguimos consolidando el posicionamiento de marca a través de una estrategia de marketing integral que incluyó más de 10 campañas estratégicas comerciales y 28 tácticas, además de eventos. Estas acciones fueron muy bien recibidas por los clientes, generando un incremento de ventas y transacciones.

Las campañas estratégicas se enfocaron en consolidar el posicionamiento de Sodimac como la mejor opción para el hogar y la construcción, generando engagement con los clientes. Las iniciativas más relevantes fueron “Reventón”, realizada cuatro veces en el año para potenciar todas las categorías con ofertas y descuentos; “Especial Renovación & Precios por los Pisos” con foco en pisos, baños, cocinas y pinturas; “Tu Oficina en Casa” y “Decolovers”, enfocada en muebles de oficina y decoración; y “Dueños del Clima” y “Electro Flash” dirigidas a climatización y electro. En tanto, “Especial Construcción” estuvo centrada en las categorías más duras y para profesionales, acompañada con tácticas bajo el paraguas de “Herramientazo”.

En Uruguay también continuamos avanzando en el posicionamiento de marca a través de una estrategia de marketing integral que incluyó distintas campañas estratégicas comerciales, acciones tácticas e iniciativas exclusivas en la web, junto con eventos omnicanales.

Las campañas estuvieron enfocadas en aprovechar las estacionalidades entendiendo el comportamiento y necesidades de los clientes para potenciar las distintas familias de productos. Las más relevantes fueron “Especial Renovación” para categorías del área intermedia (baños, cocinas, pisos y pinturas); “Dueños del Clima y Electro Flash”, enfocada en climatización y productos de electrohogar; y “Reventón de precios”, que fue multicategoría. A lo anterior se sumaron “Tu oficina en Casa” y “Decolovers” para muebles de oficina e interior y decoración; “Aire libre” en muebles de exterior, playa, piscina y camping; “Precios por los Pisos”, acción hard selling en pisos y revestimientos” y “Aniversario”, campaña multicategoría por el cumpleaños de Sodimac Uruguay. “Ciberlunes”, iniciativa de la Cámara de la Economía Digital del Uruguay realizada en junio y noviembre, se mantuvo como una de las campañas más importante en transacciones y visitas.

Sodimac Uruguay fue reconocida este año en el ranking de Reputación Corporativa de Merco en el puesto 65 entre todas las empresas uruguayas.

6.4.2 Ética publicitaria

Desarrollamos una [Política de Ética Publicitaria](#), en donde se establece que la comunicación de *marketing* se basa en la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias, con un enfoque basado en la sostenibilidad y en los criterios ajustados a la ética publicitaria.

Brindamos a nuestra cartera de clientes amplia información, condiciones de compra transparentes y un servicio de excelencia, generando una experiencia de productos y servicios diferenciadora generando respeto, compromiso, confianza y fidelidad, y consolidando una cartera de clientes satisfechos, que comparten los principios y los valores de Sodimac. La información que brindamos sobre los productos que comercializamos cumple con las buenas prácticas en vigor y con la normativa vigente, incluyendo la procedencia de estos.

6.5 Círculo de Especialistas Sodimac (CES)

EL CÍRCULO REÚNE ESPECIALISTAS Y PROFESIONALES DE LA CONSTRUCCIÓN, PARA OFRECERLES ACTIVIDADES DISEÑADAS PARA OPTIMIZAR SUS CONOCIMIENTOS Y SU RENDIMIENTO PROFESIONAL DENTRO DEL RUBRO.



El Círculo de Especialistas es una comunidad creada que reúne a profesionales de la construcción. Ofrece a nuestra cartera de clientes los siguientes beneficios:

- Caja preferencial para especialistas
- Capacitaciones online y talleres
- Descuentos por categorías
- Atención preferencial

En el 2023 relanzamos este programa en Uruguay desarrollando la figura de Maestrato, impulsando la atención personalizada con muy buenos resultados.

La clientela profesional, al ser un segmento clave y diferencial para la operación, tuvo un lugar destacado, con propuestas particularmente dirigidas a este segmento como el “Especial Construcción”.

En Argentina tenemos 8.100 inscriptos al programa y en Uruguay 2.700. A lo largo del 2023 se realizaron 17 ferias y capacitaciones en Argentina y 14 en Uruguay. En ellas participaron nuestros 21 proveedores y, a su vez, nuestros colaboradores también tuvieron instancias de formación.

Proveedores q participaron: ROWA, BOSCH, Webber, Ricci, Genrod, Black & Decker, Tigre, Aqua, Tersuave, Vasser, Alba, Sinteplast, El Galgo, Kolor, Uberman, Retak, Holztec, Cabosh, Rubi, Later Cer, Precast

Más información en Argentina en:

<https://www.sodimac.com.ar/sodimac-ar/circulo-de-especialistas/?cid=bnchom10485>

Más información en Uruguay en:

<https://www.sodimac.com.uy/sodimac-uy/content/a260001/?cid=infhom308&canal=WEBHOME>

**CONOCÉ LOS
DESCUENTOS EXCLUSIVOS
PARA ESPECIALISTAS
DE LA CONSTRUCCIÓN.**

Inscribite gratis

SODIMAC

7. COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE



Contenidos GRI 3-3, 302-1, 302-3, 306-1, 306-2, 306-3

Nuestro Compromiso

Trabajamos por un desarrollo sostenible, por lo que procuramos disminuir los impactos medioambientales, buscando el uso eficiente de los recursos en toda nuestra operación. Fomentamos la toma de conciencia y el ejercicio de prácticas de cuidado ambiental en nuestra Organización, con clientes y con la comunidad.

Aspectos Materiales

- Cambio climático
- Ecoeficiencia operacional
- Residuos y circularidad
- Logística sostenible

7.1 Ecoeficiencia Operacional

IMPULSAMOS EL DESARROLLO DE NUESTRAS ACTIVIDADES DE MANERA SOSTENIBLE, REDUCIENDO LOS IMPACTOS ADVERSOS DE NUESTRAS OPERACIONES CON EL MEDIO AMBIENTE.

Comprometidos con el Desarrollo Sostenible, el respeto por el medio ambiente y la normativa ambiental, contamos con una [Política Ambiental y de Cambio Climático](#) que tiene como objetivo establecer los principios generales que deben guiar nuestro comportamiento con el fin de exigir y promover el cumplimiento de la normativa ambiental, detectar y medir los impactos ambientales de nuestras actividades para mitigar o reducir los adversos y potenciar los positivos, promover un uso eficiente de los recursos naturales, energéticos e hídricos que empleamos y promover criterios de economía circular en la generación, la reducción, reutilización y reciclaje de los residuos.

Con la finalidad de proteger el Medio Ambiente y reducir el Impacto Ambiental, desarrollamos nuestras actividades de manera sostenible, adoptando iniciativas, estrategias y controles que, en concordancia con el resultado de nuestra gestión de riesgos, promuevan un desarrollo compatible con el Medio Ambiente en los lugares donde operamos.

Por protocolo interno, con la apertura de cada nueva Tienda, realizamos un Estudio de Impacto Ambiental, en el cual se incluye, entre otros, un detalle del marco normativo legal nacional, provincial y municipal, el cual es utilizado como punto de partida para el monitoreo de su cumplimiento y su seguimiento.

PROMOVEMOS EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES, HÍDRICOS Y ENERGÉTICOS QUE EMPLEA EN NUESTRAS OPERACIONES, ACTIVIDADES Y EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA.

En cumplimiento con la normativa ambiental, realizamos análisis fisicoquímicos de muestras de agua de cada una de nuestras instalaciones. Además, continuamos implementando el **Plan de Acción Ahorro Energético**, con el objetivo de lograr mejoras en la eficiencia energética de las Tiendas Sodimac.

Consumo de	ARGENTINA				URUGUAY			
	2023		2022		2023		2022	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Energía renovable kW/h	313.736	3%	293.440	3%	0	0%	0	0%
Energía no renovable kW/h	8.913.8003	97%	8.361.206	97%	4.268.869	100%	4.545.857	100%
TOTAL	9.227.539	100%	8.654.646	100%	4.268.869	100%	4.545.857	100%

Contrato de energía en el mercado mayorista (CAMMESA) para SM y SJ, cumplimos con un porcentaje en promedio del 10%, para el resto de las tiendas indirectamente por medio de la Distribuidora.

KW/H sobre Superficie utilizada en m ²	ARGENTINA		URUGUAY	
	2023	2022	2023	2022
Superficie de ventas en m2	72.207	72.207	40.463	40.463
KW/H sobre Superficie de ventas en m2	127,79	119,86	105,5	112,34

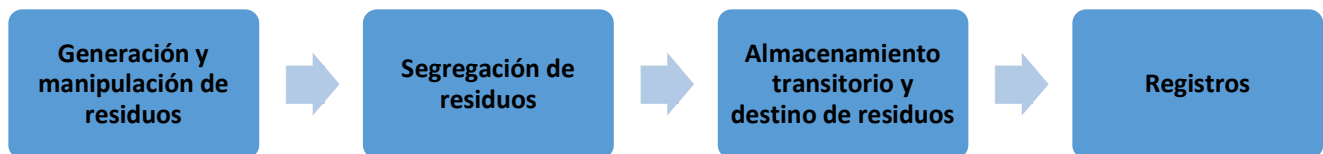
7.2 Residuos y Circularidad

Somos responsables por la gestión de los residuos que generamos, por lo que realizamos diversas acciones y campañas para minimizar los potenciales impactos negativos en el ambiente. Los residuos que generamos pueden ser de cuatro tipos:

- **Residuo Común:** son aquellos asimilables a los domiciliarios, no involucran riesgos para la salud humana o el medio ambiente.
- **Residuo Orgánico:** todo desecho que se descompone naturalmente degradándose de forma rápida, transformándose en materia orgánica.
- **Residuo Especial:** todo aquel residuo o desecho que por su naturaleza represente, directa o indirectamente, un riesgo para la salud o el medio ambiente.
- **Residuo Patogénico:** todo aquel desecho o elemento material en estado sólido, semisólido, líquido o gaseoso, que presenta características de toxicidad y/o actividad biológica que pueden afectar directa o indirectamente a los seres vivos, y causar contaminación del suelo, del agua o la atmósfera.

CONTAMOS CON METODOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS GENERADOS, DE MANERA DE ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS LEGALES APLICABLES, MINIMIZAR LOS RESIDUOS Y PREVENIR EFECTOS NEGATIVOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE.

Con el compromiso de reducir la generación de residuos y promover prácticas sostenibles, implementamos medidas para prevenir la generación de desechos, separar y gestionar adecuadamente los mismos, fomentar el reciclaje y la reutilización, y educar sobre la importancia de reducir los residuos. De acuerdo con el tipo de residuo producido, se realizan acciones de gestión según la necesidad de tratamiento y disposición final:



Residuo	Almacenamiento transitorio	Destino en Argentina	Destino en Uruguay
Residuos especiales	Contenedores / Jaulas de Residuos Especiales Ubicados en el exterior. Ubicados en el Interior ADG	Veolia / Deltacom a Recovering.	Márgenes del río
Residuos reciclables	Contenedores específicos identificados a tal fin ubicados en el exterior.	Reciclaje	Pedernal/ Rotondaro
Restos de materiales de construcción	Bolsones ubicados en la recepción exterior/patio		Planta de reciclaje de RCD
Baterías plomo ácido	Jaula de residuos especiales		Plan maestro, MOURA
RAEE (residuos de aparatos electro electrónicos)	Jaula de residuos especiales		Márgenes del río
Residuos comunes	Contenedores dispuestos a tal fin en cercanía del comedor / Exterior – (Caja Roll Off, 30m3)	CHAMICAL: CEAMSE (SJ; SM; VL; TOM; ADG) Bs.As CHAMICAL: ENSENADA (LP) Bs.As. POL / Bouwer - Cormecor / Córdoba	Pedernal

Residuos (en Tn)	ARGENTINA				URUGUAY			
	2023		2022		2023		2022	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Peligrosos*	1.199	0,09%	705	0,06%	2,5	0,7%	1,79	0,4
No Peligrosos**	1.383.623	99,91%	1.275.091	99,94%	365,21	99,3%	538,13	99,6%
TOTAL	1.384.822	100%	1.275.796	100,00%	367,71	100%	539,92	100%

*Mínimo un retiro al año (somos generadores eventuales de residuos especiales)

** Caja Roll Off de 30 m³ al menos un retiro por semana.

7.3 Cambio Climático

LOS IMPACTOS, LOS RIESGOS Y LAS OPORTUNIDADES DEL CAMBIO CLIMÁTICO REPRESENTAN UN COMPROMISO ASUMIDO PARA TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO.

Nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático busca no solo disminuir el impacto de nuestras operaciones, sino, además, contribuir a generar conciencia y a motivar cambios positivos entre nuestra cartera de clientes en materia medioambiental.

Nos encontramos dando los primeros pasos en iniciativas para medir, reducir y mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) directas e indirectas que generamos con nuestras actividades, buscando mejorar nuestro desempeño ambiental y reducir nuestra huella de carbono.

7.4 Logística Sostenible

Nuestro centro de distribución en Argentina, de 15.700 metros cuadrados, nace de un acuerdo –por 10 años– con Plaza Logística y cuenta con las siguientes certificaciones:

- Certificación LEED
- Sistema de Gestión Ambiental certificado por IRAM
- Sistema de Gestión de Calidad, ISO 14001 certificado por IQNET
- Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, OHSAS 18001 certificado por IRAM
- ISO 9001 certificado por IRAM

A su vez, cuenta con una flota de vehículos inteligentes que automatizan los procesos y se realizaron todas las mediciones requeridas por la legislación: estudio de impacto lumínico, nivel sonoro y carga de fuego.

NUESTRA FLOTA DE ABASTECIMIENTO

- Todos nuestros camiones cumplen con la norma Euro 3 de emisiones de gases.
- Se consolidó un promedio de consumo de combustible ya que existen factores como el tránsito, viento y peso de la carga, que afectan al consumo de la unidad.
- Todas las unidades se encuentran en perfecto estado de funcionamiento y cuentan con semirremolques modernos.

Implementamos la aplicación Simpliroute, que optimiza las rutas de distribución y nos permitió lograr los siguientes beneficios:

- Seleccionar el mejor recorrido para reducir los km recorridos de las unidades.
- Poder tener información en tiempo real de la ubicación de todas las unidades y saber en qué estado se encuentra el camión asignado para cada una de ellas.
- Obtener reportes de tiempo de tránsito, carga y descarga, kilómetros recorridos y velocidades promedio.
- Reporte de ocupación de los camiones para una mejor utilización.

En 2023, comenzamos a medir nuestra huella de carbono de abastecimiento. Para ello, se dividió entre Buenos Aires y Córdoba, ya que las unidades consumen valores diferentes de combustible por factores como tránsito, velocidad promedio y condiciones geográficas.

	Tipo	Viajes	Litros	Kms	Kg de CO2
2023 AR	Abastecimiento	1.650	66.000	279.750	176.220
	Camionetas	4.201	147.035	336.080	392.583
	Grúas	1.846	46.150	129.220	123.221
	Total	7.697	259.185	745.050	692.024
2023 UY	Abastecimiento	799	12.658	45.375	33.798
	Camionetas	562	5.875	70.500	15.686
	Grúas	780	15.140	75.700	40.424
	Total	2.141	33.673	191.575	89.908

Se tomó de referencia que se emiten 2,7kg de CO₂ por litro de Diesel consumido (indicador provisto por el gobierno de la ciudad).

En Uruguay se implementaron diferentes soluciones de tecnología aplicada: TMS (Transport Management System) para gestión de camiones de abastecimiento a tiendas; Simpliroute, para optimización del ruteo de última milla (reparto a clientes); y Google Cloud Platform en el desarrollo de nuevos reportes de gestión de cadena de abastecimiento con la plataforma Looker.

7.5 Educación y consumo responsable

TENEMOS EL COMPROMISO DE DIFUNDIR Y FOMENTAR HÁBITOS DE CUIDADO DEL AMBIENTE Y ECONOMÍA CIRCULAR ENTRE NUESTROS PÚBLICOS DE INTERÉS. EMPLEAMOS DIVERSAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y CONTENIDO QUE PERMITEN SENSIBILIZAR Y GENERAR CAMBIOS DE CONDUCTA QUE CONTRIBUYEN A COMBATIR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS ENTRE NUESTROS COLABORADORES, PROVEEDORES Y CLIENTES.

CUIDEMOS la Casa de Todos



Consumo
Eficiente

Ahorra energía
con iluminación
led.

Compra productos
inverter y hace un
consumo eficiente
de energía.



Pequeñas acciones,
grandes cambios.

Optimizá el uso del agua
con sanitarios de doble
botón de descarga
interrumpible y ahorra
hasta 4.000 litros
anuales por persona.



Hogar
Saludable

Elegí pinturas y selladores
libres o con baja emisión de
VOC (compuestos orgánicos
volátiles).

Son partículas químicas que
se evaporan fácilmente y que
son dañinas para el
medioambiente y la salud.

Campaña “Cuidemos la casa de Todos”: hablamos sobre fomentar hábitos en temas de consumo responsable, hogar saludable y el cuidado de los recursos naturales.

A su vez, durante 2023 impulsamos una capacitación interna abierta a todos nuestros colaboradores sobre “Gestión del medioambiente”. Aquí nos formamos en temas relacionados con:

- Impacto ambiental y huella ambiental corporativa
- Demanda de información ambiental
- Estándares de rendición de cuentas en temas ambientales
- Buenas prácticas
- Cambio climático

Para el 2024 seguiremos potenciando el desarrollo y formación de nuestros colaboradores en temas ambientales implementando otras formaciones.

8. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD



Contenidos GRI 3-3, 413-1

Nuestro compromiso

Tenemos el compromiso de ser una empresa socialmente responsable tanto con nuestros clientes y colaboradores, empresas proveedoras, el medioambiente y la sociedad en general, buscando aportar al desarrollo en las comunidades donde estamos presentes. Procuramos construir una relación mutuamente beneficiosa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos. Para poder lograrlo contamos con diversos canales de comunicación y diálogo: página web y redes sociales, canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico y teléfono, retroalimentación con públicos de interés (Reporte de Sostenibilidad y encuesta de materialidad), Estudio Pulso (previo a apertura de tiendas), Canal de Integridad y Modelo de gestión Net Promoter Score (NPS).

Todas las acciones con la comunidad se enmarcan en nuestra [Política de Relacionamiento Comunitario](#), en la que nos comprometemos a generar instancias de escucha y relacionamiento permanente, impulsando acciones de impacto, promoviendo la participación en iniciativas de voluntariado corporativo y apoyando activamente a diversas organizaciones de la sociedad civil que buscan mejorar las condiciones de vida de las personas.

La Gerencia de Personas, en particular la jefatura de Calidad de Vida es la responsable de gestionar e impulsar esta Política, sometiéndola a una revisión periódica bienal y manteniéndola debidamente actualizada y disponible públicamente. A su vez, es responsable también de todas las acciones, iniciativas y proyectos que se generen en relación con la comunidad. Tiene como parte de sus responsabilidades difundir los enunciados de esta a todos nuestros grupos de interés, con la finalidad de alcanzar una mejora continua, a través del seguimiento y medición de los objetivos que permitan alcanzar mayores estándares de sostenibilidad de nuestro negocio.

Aspectos Materiales

- Inversión social
- Gestión del entorno

8.1 Gestión de la Comunidad

Sostenemos nuestro compromiso en ser una empresa socialmente responsable; buscamos aportar al desarrollo de las comunidades, construyendo una relación basada en el diálogo y en la gestión responsable de nuestros impactos.

Para generar un impacto positivo en la comunidad:

- Conocemos y tomamos en consideración las expectativas, realizando evaluaciones sistemáticas sobre el impacto de cada apertura y/o remodelación mayor de nuestras instalaciones.
- Mantenemos informada a la comunidad, vecinos y vecinas sobre los avances de los compromisos adquiridos.
- Estrechamos alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones sociales con las que compartimos intereses y objetivos comunes para mejorar las condiciones de vida de las personas.
- Trabajamos en colaboración y sinergia co-construyendo con las organizaciones, considerando todo el ciclo de vida de las iniciativas en marcha, en sus diferentes etapas: diseño y planificación, implementación y monitoreo, evaluación y mejora continua y, en caso de corresponder, cese del proyecto.

8.2 Empleabilidad local

Privilegiamos la generación de empleo local. Con ese objetivo:

- Generamos alianzas con organizaciones y organismos públicos.
- Impulsamos, participamos y colaboramos con diferentes espacios de vinculación laboral entre la oferta y demanda de empleo.
- Ofrecemos capacitación y desarrollo de clientes y comunidad en mejoramiento del hogar, eficiencia energética, eficiencia híbrida, disminución de impactos medioambientales, y consumos responsables.

8.3 Inclusión y comercio local

En este aspecto potenciamos la participación de las personas que trabajan en la Compañía en voluntariados corporativos impulsando colaborativamente el desarrollo de proyectos con impacto social y/o ambiental vinculados preferentemente al mejoramiento de la habitabilidad de los vecinos.

También gestionamos alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones sociales con las que compartimos intereses y objetivos comunes para mejorar las condiciones de vida de las personas.

8.4 Inversión social

Para llevar adelante acciones con la comunidad, trabajamos en alianza con diferentes organizaciones:

Nuestras Alianzas Sociales

Nos interesa fomentar actividades de voluntariado dentro y fuera de la Compañía, con el objetivo de lograr la participación y el aporte de las personas que trabajan en Sodimac.

ARGENTINA

Fundación Sí

Esta organización tiene como principal objetivo promover la inclusión social de los sectores más vulnerables de Argentina. Gestionada por un gran número de voluntarios y voluntarias dan un abordaje integral a sus beneficiarios/as que incluye la asistencia, la contención, la capacitación, la educación y la cultura del trabajo.

Realizamos una jornada de voluntariado en la Fábrica de Juguetes en la que participaron 25 personas de oficinas de apoyo en la Jornada realizada en la sede de la fundación y más de 20 colaboradores/as de las tiendas pintaron juguetes de madera en las sucursales para entregar a la fundación.

A su vez, realizamos una donación monetaria que fue acompañada por una campaña interna de donación entre nuestros colaboradores.

Fundación Discar

En Argentina trabajamos con esta organización para lograr la contratación de personas con alguna discapacidad intelectual. Gracias a esta articulación se incorporó un vendedor en la tienda de Sodimac San Martín.

Fundación Huésped

En el marco del Día Mundial del SIDA, que se celebra el 1 de diciembre, realizamos de la mano de esta Fundación, un conversatorio sobre la sexualidad y cómo abordar esta temática con niñas, niños y adolescentes. La actividad se realizó de forma virtual en Argentina y participaron 122 colaboradores/as.

Liga de la Lucha Contra el Cáncer (LALCEC)

En el marco del mes de la lucha contra el cáncer de mamas, realizamos junto a LALCEC una charla sobre cómo prevenir el cáncer de mamas, los mitos y verdades de esta enfermedad y los métodos de detección. La actividad se realizó de forma virtual en Argentina y participaron más de 100 colaboradores.

Fundación San José Providente

Fundación San José Providente brinda trabajo a personas de bajos recursos a través de su emprendimiento "Albriicias Chocolate solidario". Este año los regalos para el Día de la Madre en Argentina fueron encargados a este emprendimiento y de esta manera procuramos priorizar la compra a organizaciones que generen impacto social.

URUGUAY

Fundación Forge

Esta organización busca motivar y facilitar el ingreso al mercado laboral de jóvenes en una situación de vulnerabilidad económica con el objetivo de que puedan mejorar su calidad de vida a través del trabajo, el aprendizaje continuo y el compromiso. Nuestro equipo de voluntariado en Uruguay se sumó al programa de formación para el desarrollo de habilidades socioemocionales y digitales y también participaron brindando su experiencia en paneles empresariales y simulacros de entrevistas laborales. La compañía colaboró además con esta fundación como aliado donante, apoyando al financiamiento de su programa de entrenamiento de habilidades con un aporte de \$150.000. Durante el 2023 el equipo de Personas entrevistó a 10 jóvenes de la fundación.

TECHO

Esta organización busca mejorar las condiciones de vivienda y hábitat a través del diseño, gestión y construcción de proyectos de vivienda, acceso a servicios básicos e infraestructura comunitaria, en acción conjunta entre pobladoras, pobladores y la juventud voluntaria. Durante este año en Uruguay trabajamos en un programa de voluntariado corporativo para transformar comunidades, equipos y personas donde 20 colaboradores y colaboradoras junto a las familias de un asentamiento construyeron dos viviendas durante una jornada completa de trabajo. También se trabajó junto a la organización en la capacitación y concientización de los equipos de las tiendas sobre la importancia de los voluntariados. Por último, se llevó a cabo la quinta campaña de recaudación “Súmate por TECHO”, en la cual durante un mes completo dimos la posibilidad a nuestros clientes de donar dinero para la organización, alcanzando una recaudación de \$395.103 (pesos uruguayos).



Fundación Bensadoun Laurent

Esta Fundación uruguaya tiene como misión contribuir a mejorar la calidad de vida y autonomía de las personas con discapacidad a través de acciones que promuevan y faciliten su inclusión laboral. Desde la Compañía realizamos charlas sobre inserción laboral para las personas beneficiarias de la organización. Participaron 30 colaboradores/as y se invirtieron 6 horas en estas actividades.

Intendencia Municipal de Montevideo

Desde la Compañía venimos acompañando a la comunidad de Sayago hace más de 7 años, comprometidos con el mantenimiento de una plaza en el barrio de Sayago situada en la ciudad de Montevideo, este año se invirtieron \$480.00 (pesos uruguayos).

CEPRODIH

Esta asociación civil sin fines de lucro, fundada en Montevideo en 1998, tiene como misión atender a familias en situación de vulnerabilidad socioeconómica, especialmente mujeres con niños/as desempleadas, víctimas de violencia doméstica y/o que estén atravesando una situación de desamparo durante el embarazo. El objetivo principal es generar alternativas concretas de inclusión socio-económica, para que las mujeres que atraviesan situaciones de riesgo, puedan superarlas y logren incorporarse eficazmente al mercado de trabajo. Desde Sodimac Uruguay donamos mercadería a la organización por un valor de 180.982 pesos uruguayos y tenemos una alianza con ellos desde el 2016.

9. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

Declaración de uso: SODIMAC ARGENTINA Y URUGUAY ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 01/01/2023 Y 31/12/2023 utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 usado: GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	AGENDA 2030	
			ODS	METAS
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	1. La organización y sus prácticas de presentación de informes			
	1. La organización y sus prácticas de presentación de informes	6		
	2-1 Detalles organizacionales	8		
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	17		
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	17		
	2-4 Actualización de la información	17		
	2-5 Verificación externa	17		
	2. Actividades y trabajadores			
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	8, 58		
	2-7 Empleados	6, 33	8 - 10	8.5 - 10.3
	2-8 Trabajadores que no son empleados	35	8	8.5
	3. Gobernanza			
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	20	5 - 16	5.5 - 16.7
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	20	5 - 16	5.5 - 16.7
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	20	16	16.6
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	14, 20	16	16.7
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	14, 20		
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	20		
	2-15 Conflictos de interés	20	16	16.6
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	22		
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	Restricciones de confidencialidad		
	2-21 Ratio de compensación total anual	Restricciones de confidencialidad		
	4. Estrategia, políticas y prácticas			
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4, 5		
	2-23 Compromisos y políticas	6, 23	16	16.3
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	25	16	16.3
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	25		
	2-28 Afiliación a asociaciones	10		
	5. Participación de los grupos de interés			
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	11		
2-30 Convenios de negociación colectiva	54	8	8.8	
TEMAS MATERIALES				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	17		
	3-2 Lista de temas materiales	17		
GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL				
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	20		
ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN				

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	AGENDA 2030	
			ODS	METAS
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	24		
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	20	16	16.5
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	20	16	16.5
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	20	16	16.5
GRI 206: COMPETENCIA DESLEAL 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	20	16	16.3
DERECHOS HUMANOS				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	30		
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	25	5 - 8	5.1 - 8.8
TRANSFORMACIÓN DIGITAL				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	47, 61, 63		
PROTECCIÓN DE DATOS Y CIBERSEGURIDAD				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	29		
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	29	16	16.3 - 16.10
RELACIONES LABORALES				
EMPLEO Y CLIMA				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	32		
GRI 401: EMPLEO 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	33	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 8.6 - 10.3
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	52	2 - 5 - 8	3.2 - 5.4 - 8.5
	401-3 Permiso parental	53	5 - 8	5.1 - 5.4 - 8.5
CULTURA				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	49		
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	35		
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	20, 38	5 - 8	5.1 - 5.5 - 8.5
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	42	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 10.3
FORMACIÓN Y DESARROLLO				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	43		
GRI 404: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	45	4 - 8 - 10	4.3 - 4.4 - 4.5 - 5.1 - 8.2 - 8.5 - 10.3
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	43	8	8.2 - 8.5
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	48	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 10.3
DIÁLOGO SOCIAL				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	54		
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	54	1 - 5 - 8	1.2 - 5.1 - 8.5
SALUD Y SEGURIDAD				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	55		
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	55	8	8.8

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	AGENDA 2030	
			ODS	METAS
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	56	8	8.8
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	52, 55	8	8.8
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	55	8 - 16	8.8 - 16.7
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	56	8	8.8
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	52	3	3.2 - 3.5 - 3.7 - 3.8
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	55	8	8.8
COMERCIO Y MARKETING RESPONSABLE				
EXPERIENCIA DE COMPRA				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	62		
SALUD Y SEGURIDAD DE PRODUCTOS				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	62		
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	62		
ECONOMÍA CIRCULAR Y CONSUMO RESPONSABLE				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	73		
ÉTICA PUBLICITARIA				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	68		
APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE				
GESTIÓN SOSTENIBLE DE PROVEEDORES				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	58		
GRI 204: PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	58	8	8.3
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	58		
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	58		
GRI 407: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	58	8	8.8
GRI 408: TRABAJO INFANTIL 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	58	5 - 8 - 16	5.2 - 8.7 - 16.2
GRI 409: TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	58	5 - 8	5.2 - 8.7
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	58	5 - 8 - 16	5.2 - 8.8 - 16.1
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	58	5 - 8 - 16	5.2 - 8.8 - 16.1
SATISFACCIÓN DEL PROVEEDOR				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	58		
EMPRENDIMIENTO LOCAL Y SOSTENIBLE				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	58		
COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE				
CAMBIO CLIMÁTICO				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	72		
ECOFICIENCIA OPERACIONAL				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	70		

ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE	CONTENIDO	UBICACIÓN	AGENDA 2030	
			ODS	METAS
GRI 302: ENERGÍA 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	70	7 - 8 - 12 - 13	7.2 - 7.3 - 8.4 - 12.2 - 13.1
	302-3 Intensidad energética	70	7 - 8 - 12 - 13	7.3 - 8.4 - 12.2 - 13.1
RESIDUOS Y CIRCULARIDAD				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	71		
GRI 306: RESIDUOS 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	71	3 - 6 - 11 - 12	3.9 - 6.3 - 6.6 - 6.a - 6.b - 11.6 - 12.4 - 12.5
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	71	3 - 6 - 8 - 11 - 12	3.9 - 6.3 - 8.4 - 11.6 - 12.4 - 12.5
	306-3 Residuos generados	71	3 - 6 - 11 - 12 - 15	3.9 - 6.6 - 11.6 - 12.4 - 12.5 - 15.1
LOGÍSTICA SOSTENIBLE				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	72		
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD				
INVERSIÓN SOCIAL				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	76		
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	76		
GESTIÓN DEL ENTORNO				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	75		



Coordinación y contenidos

Jefatura de Calidad de Vida Sodimac Argentina.

Asesores externos

AG Sustentable www.agsustentable.com

Contacto:

Francina Meccia, Jefa de Calidad de Vida. lmfrancina@sodimac.com.ar

Fecha de Publicación

Mayo 2024