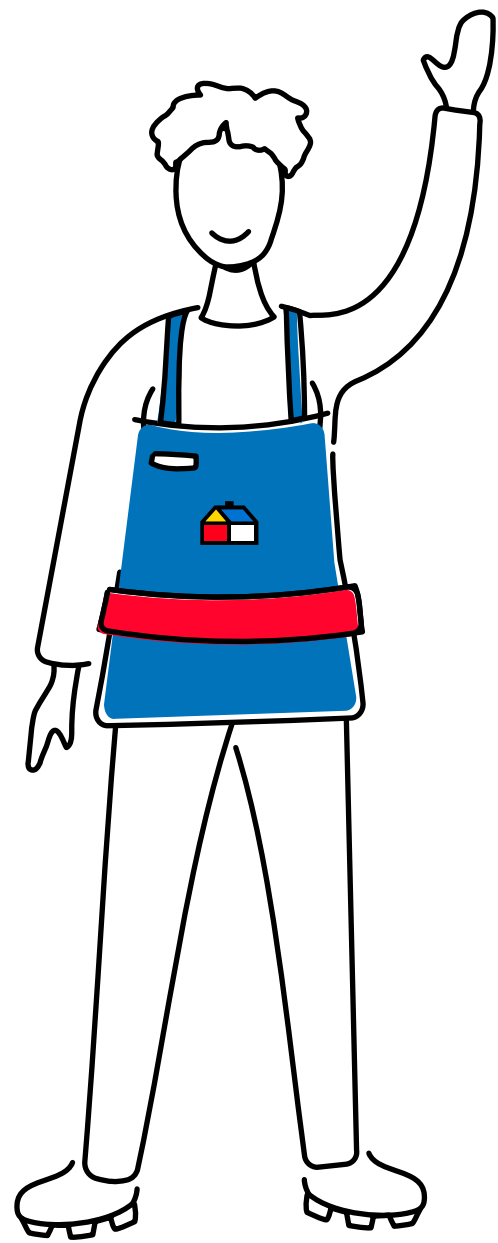


2022



Reporte de Sostenibilidad





Reporte de sostenibilidad 2022

SODIMAC COLOMBIA S.A.

Comité de Gerencia

Miguel Pardo Brigard
Gerente General

Juan Pablo Camacho Pabon
Gerente Financiero

Diego Hernández Arizabaleta
Gerente de Desarrollo

Erasmus Moreno Aguilera
Gerente de Tecnología

Pedro José Gallón Tamayo
Gerente de Operaciones

Julián López Candamil
Gerente de Logística

Karym Cecilia Grijalba Mármol
Gerente de Personas y Responsabilidad Social

Luis Prieto Archidona
Gerente Comercial

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

www.homecenter.com.co



Homecenter Colombia

@Homecenter_co

Homecenter Colombia

Homecenter_Co

Redacción

Paola Ximena Hernández
Andrea Carolina González

Diseño y diagramación

Equilibrio Gráfico Editorial Ltda.

Fotografías e íconos

Archivo Sodimac Colombia S.A.
Freepick
The Noun Project

Gerente de Sostenibilidad

Paola Ximena Hernández
phernandezs@homecenter.co

Especialista de Responsabilidad Social

Andrea Carolina González
agonzalezmo@homecenter.co



Contenido

04 Sodimac en cifras

05 Nuestro perfil

14 Comprometidos con la sostenibilidad

34 Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

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

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

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

83 Gestión ambiental

92 Desarrollo de **proveedores comerciales**



Mensaje del Gerente General

Nuestros logros son el reflejo del trabajo y esfuerzo continuo de los más de 8.700 colaboradores/as que hacen parte de esta gran familia y que día a día ponen su conocimiento y camaradería al servicio de nuestros clientes. De esta manera, quiero destacar en este décimo reporte de sostenibilidad el orgullo y la alegría de pertenecer a una compañía que ofrece oportunidades de crecimiento, aprendizaje, participación y sueños a cada colaborador.

Cabe resaltar que la construcción de este informe se basa en los más altos estándares en materia de sostenibilidad, por esta razón hemos tomado como base para su elaboración el Global Reporting Initiative (GRI) y ha sido verificado por la firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad, Deloitte Asesores y Consultores Ltda.

En primer lugar, quiero destacar que en los últimos años hemos implementado un modelo de hiperaceleración digital que nos ha permitido llegar a más destinos y consumidores a nivel nacional. De este modo, en 2022 alcanzamos un valor de 5,9 billones de pesos en ventas netas, aumentando un 14 % frente a 2021 y cumpliendo el plan en 113%. Adicionalmente, alcanzamos 7 mil millones de clientes compradores.

En Sodimac ponemos al cliente en el centro, por lo que hemos trabajado en la modernización de nuestras tiendas y dotado a nuestros colaboradores/as de herramientas tecnológicas para ofrecer un servicio eficiente y de calidad. Conforme a lo anterior, hemos desarrollado nuevas funciones de nuestras pantallas digitales como lo es la autogestión de procesos, seguimiento de compras y solicitudes. Asimismo, obtuvimos resultados sobresalientes en el comportamiento de nuestra página web y la App Homecenter con 164 millones de visitas, generando ventas por \$820.977 millones de pesos en retail digital, lo que representa un crecimiento del 30% frente a 2021.

Todo lo que hacemos y somos es gracias a nuestra gente, por eso continuamos con la labor de formación de nuestra Escuela de Excelencia Sodimac para colaboradores/as, cuyo objetivo es ampliar el conocimiento de nuestros colaboradores para generar innovación y ofrecer la mejor experiencia de compra. Gracias a esta iniciativa, impartimos más de 247.000 horas en capacitación, que contribuyeron al desarrollo y liderazgo de nuestro equipo humano. Adicionalmente, realizamos convenios interinstitucionales para construir programas educativos a la medida de Sodimac y avalados por el Ministerio de Educación. En Sodimac le seguimos apostando a la construcción de una sociedad justa, equitativa e incluyente por lo que desde nuestra actividad económica promovemos oportunidades de empleo digno y desarrollo profesional. En la actualidad contamos con 123 personas en condición de discapacidad cognitiva, 7 personas en condición de discapacidad física y 34 personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

Por otro lado, con el objetivo de cumplir nuestro propósito Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar hemos creado estrategias para mejorar la calidad de vida de las comunidades en donde operamos. En 2022 finalizamos el proyecto de mejoramiento del hábitat en Puerto Colombia-Atlántico, allí logramos beneficiar a 15 familias con una vivienda nueva y 14 talleres, con la participación de 70 voluntarios de nuestras tiendas de Barranquilla y Cartagena. Iniciamos un nuevo proyecto en Yumbo-Valle, territorio ubicado cerca de nuestras tiendas de Cali y Palmira, realizamos la construcción de 22 módulos habitacionales ubicados en distintos puntos del barrio, 14 talleres en entorno saludable, el embellecimiento de una cancha y la dotación de 2 espacios comunitarios, con esto hemos logrado beneficiar a la fecha 1.157 personas con el apoyo de aliados y cerca de 90 voluntarios.

Con el propósito de impulsar el crecimiento de nuestros clientes especialistas y estar cada vez más cerca de ellos realizamos nuestra novena Gran Feria de la Capacitación. En el 2022 se realizó en formato híbrido, presencial Bogotá y virtual a nivel internacional en colaboración con Perú como país invitado, contamos con la participación de 138.000 asistentes virtuales y 4.000 físicos. Adicionalmente, 40 marcas estuvieron presentes y logramos beneficiar a 142.000 personas.

En relación a nuestros logros ambientales, continuamos mitigando y compensando los impactos ambientales que generamos en nuestra operación. En el 2022 obtuvimos la recertificación como Empresa Carbono Neutro en los alcances 1 y 2 otorgada por el ICONTEC. Asimismo, dimos inicio al cronograma de implementación de paneles solares en 3 tiendas y reforzamos la economía circular en nuestra operación.

Finalmente, estoy convencido de que los logros como empresa deben estar alineados con la estrategia de sostenibilidad y el desarrollo de nuestro país, por lo cual seguiremos fortaleciendo nuestra gestión para cumplir con las demandas actuales sin comprometer las necesidades futuras. Profundizaremos nuestras estrategias para hacer realidad nuestro propósito, ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes tanto en los canales físicos como en los digitales con una logística confiable, al tiempo que potenciamos las iniciativas que nos permiten ser un gran lugar para trabajar, y mantendremos el compromiso social y ambiental que nos caracteriza, fortaleciendo nuestros programas y generando cada vez un mayor impacto.

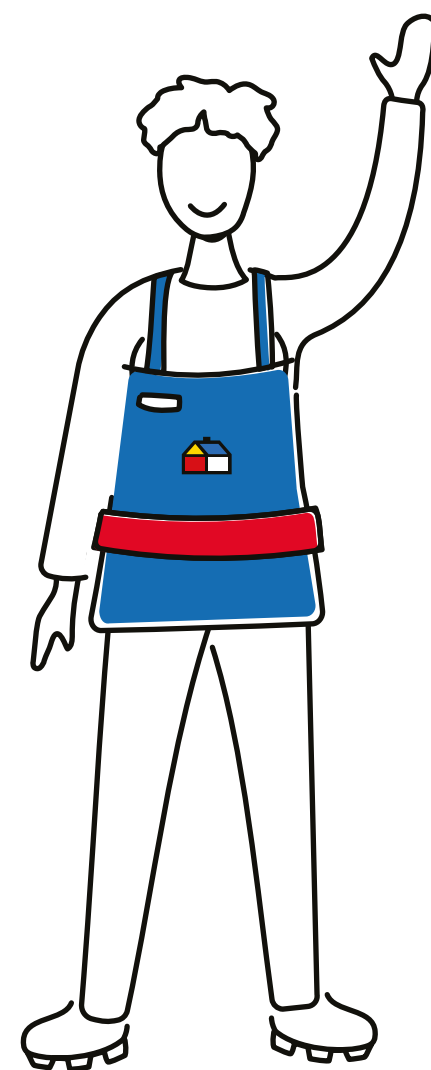
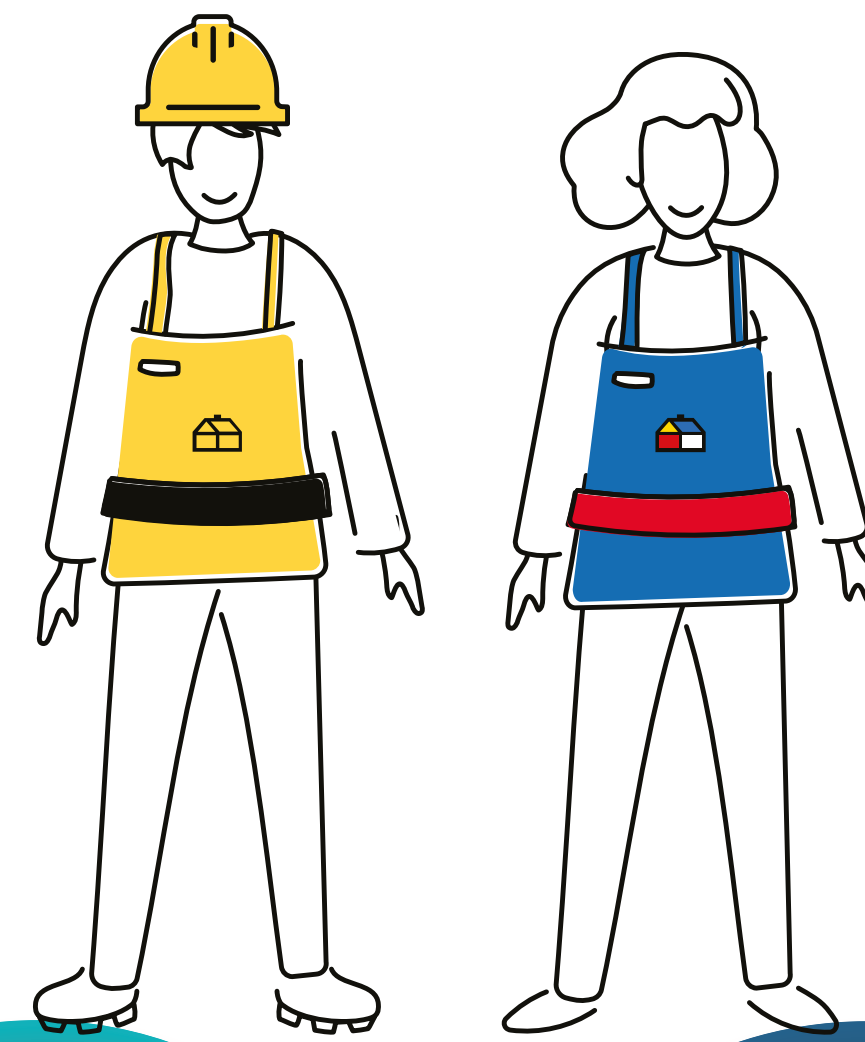
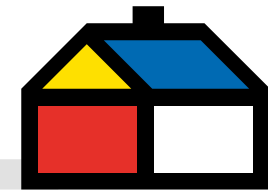
Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.

Miguel Pardo Brigard

Gerente General Sodimac Colombia S.A.

En el 2022 continuamos trabajando para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes, proveedores y colaboradores. Me llena de orgullo el trabajo realizado por todo el equipo Sodimac, que hizo posible los excelentes resultados obtenidos en este año en el que enfrentamos retos como la desaceleración del consumo a partir del segundo semestre y la complejidad de la contingencia logística del 2021. Continuamos fieles a nuestro compromiso con la innovación constante para ofrecer soluciones integrales a las necesidades del mercado, por lo que empleamos un sistema de venta omnicanal que les permite a nuestros clientes encontrar todo lo que buscan en un mismo lugar de manera presencial y virtual. Trabajamos de manera colaborativa para impactar positivamente los entornos en los que operamos y así contribuir a generar un desarrollo sostenible para nuestro país, al tiempo que hacemos parte de la construcción de los sueños y proyectos de hogar de todos los colombianos.

Sodimac Colombia en cifras



40
Tiendas

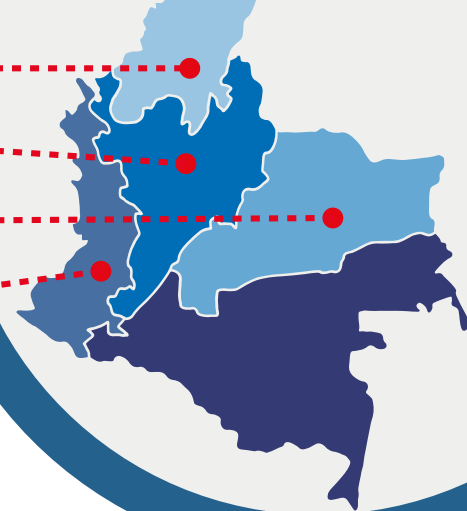
25
ciudades

5.946
billones en
ventas netas

199.294
referencias
activas
de productos

Colaboradores
por región:

1333 región Caribe
6262 región Andina
284 región Orinoquía
839 región Pacífica

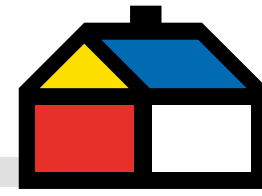


8.718
colaboradores:
5546 hombres
y 3172 mujeres

25.598.114
transferencias

674.973 m²
construidos

Nuestro perfil



Sodimac Colombia S.A es una empresa de origen Colombo Chileno con 29 años de trayectoria en el país. Nuestras marcas Homecenter y Constructor nacen como solución a las necesidades de nuestros clientes en torno al mejoramiento del hogar y proyectos de infraestructura. Sentimos orgullo de nuestra labor y nos centramos en ofrecer un servicio de calidad que genere alto impacto en nuestros grupos de interés. De esta manera, nos acercamos a nuestros clientes por múltiples canales de venta que aseguren un modelo de negocio omnicanal (tiendas físicas, pantallas digitales, página web, aplicaciones móviles y call center).

Estamos en constante mejora e innovación, por lo que nuestros clientes pueden encontrar todo lo que buscan en un mismo lugar. Asimismo, a través de nuestros servicios y productos queremos que el hogar sea el espacio preferido de todos los colombianos.

Nuestro propósito

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

Nuestra misión

Desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

Nuestra visión

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

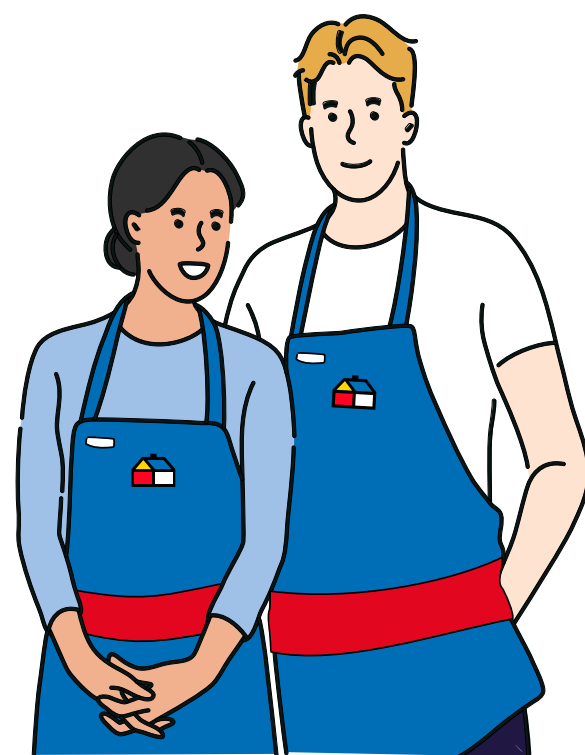
Nuestros valores

Nuestros valores corporativos nos orientan a ejercer nuestra labor a partir de prácticas sostenibles, por lo que resultan esenciales al momento de mostrar lo que somos, lo que creemos y con lo que nos identificamos. Por esta razón, el Respeto, la Excelencia, la Integridad y la Res-

ponsabilidad nos inspiran a mejorar día a día con el objetivo de hacer posibles los sueños de nuestros diferentes grupos de interés.

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





Estamos orgullosos de ser una organización diversa donde nuestras diferencias y múltiples estilos culturales se constituyen en un verdadero aporte para alcanzar nuestro propósito. Queremos aportar a la sociedad desde un espacio en el cual todos nos expresemos libremente, porque juntos construimos sueños y proyectos de hogar. El éxito de nuestro negocio se fundamenta en el respeto por nuestros colaboradores, proveedores, clientes y comunidades, porque el trabajo en equipo hace posible el crecimiento y la innovación constante.

Nuestro reto está en entender los cambios del mercado, la economía y las necesidades de nuestros clientes con la finalidad de estar actualizados y ofrecer los mejores productos y servicios. Por esta razón, estamos dispuestos a adaptarnos constantemente, incorporando las nuevas opiniones e ideas. La colaboración es fundamental, ya que somos nosotros, los trabajadores de la empresa, los encargados de asumir y buscar solución a los cambios.

Nuestra cultura

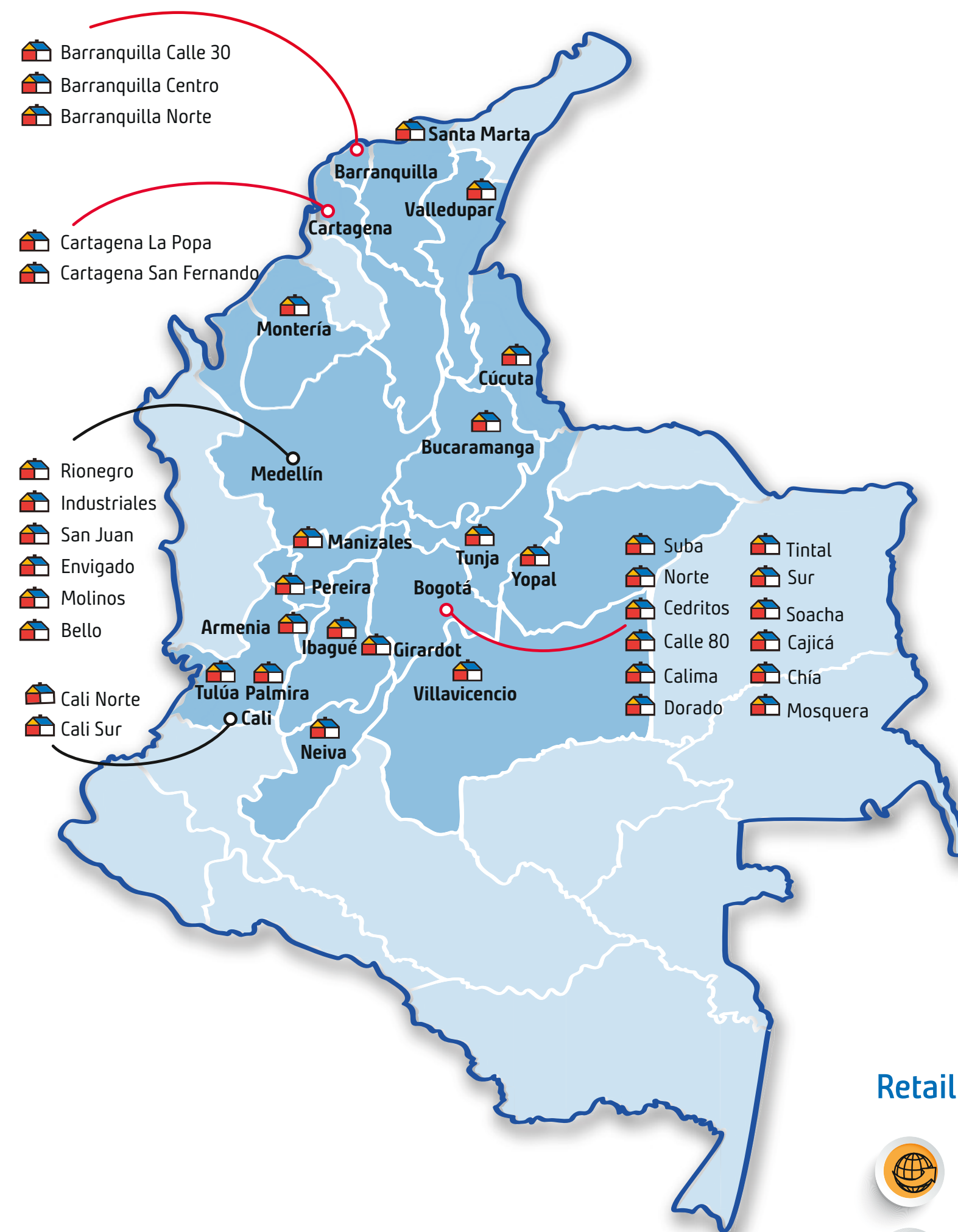
La cultura Sodimac es la forma de expresar y vivir nuestro orgullo y pasión por servir. Se caracteriza por llevar impresa en cada acción nuestro propósito y valores empresariales, haciendo de la organización un espacio en donde convergen la diversidad, la calidad humana y la inclusión social.

Está compuesta por cuatro elementos:

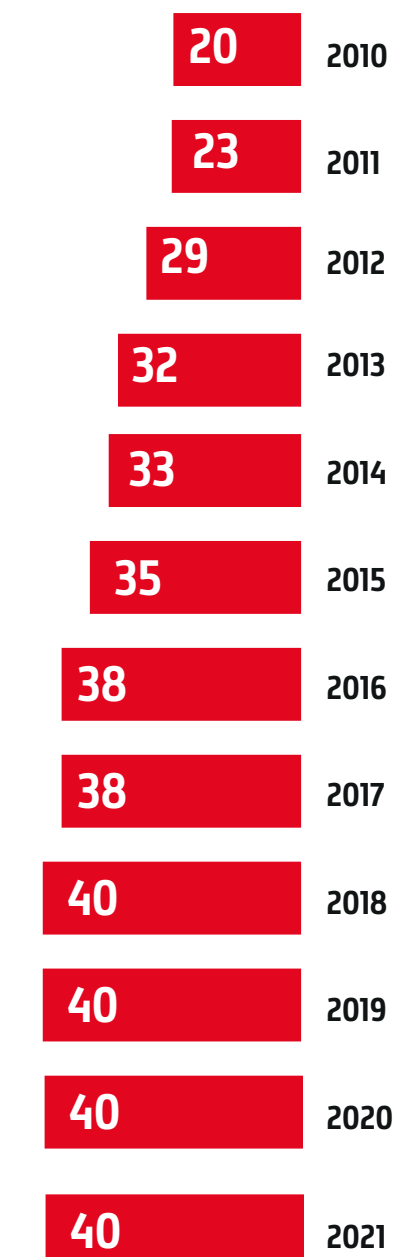
- Poner siempre al cliente y al seller en el centro.
- Actuar con velocidad y experimentación.
- Tener mentalidad de cambio.
- Trabajar colaborativamente.

¿Dónde estamos?

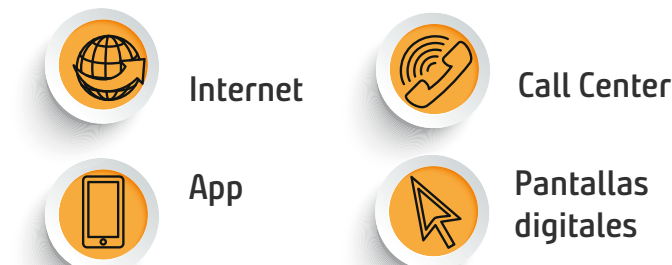
40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna, 1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas.



Numero de tiendas



Retail Digital



Naturaleza de la propiedad y forma jurídica

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

Compromiso Tributario

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

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

Valor económico creado y distribuido

Valor económico directo creado (VEC)



Valor económico distribuido (VED)



Composición accionaria



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

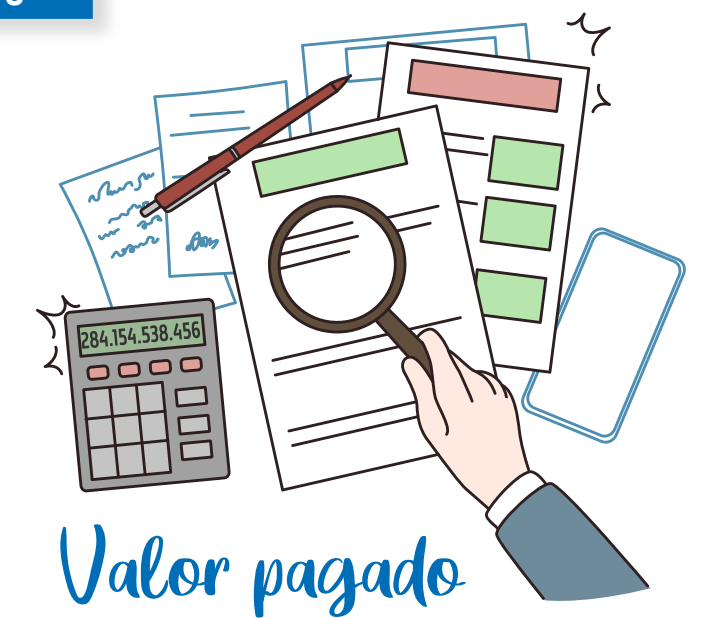
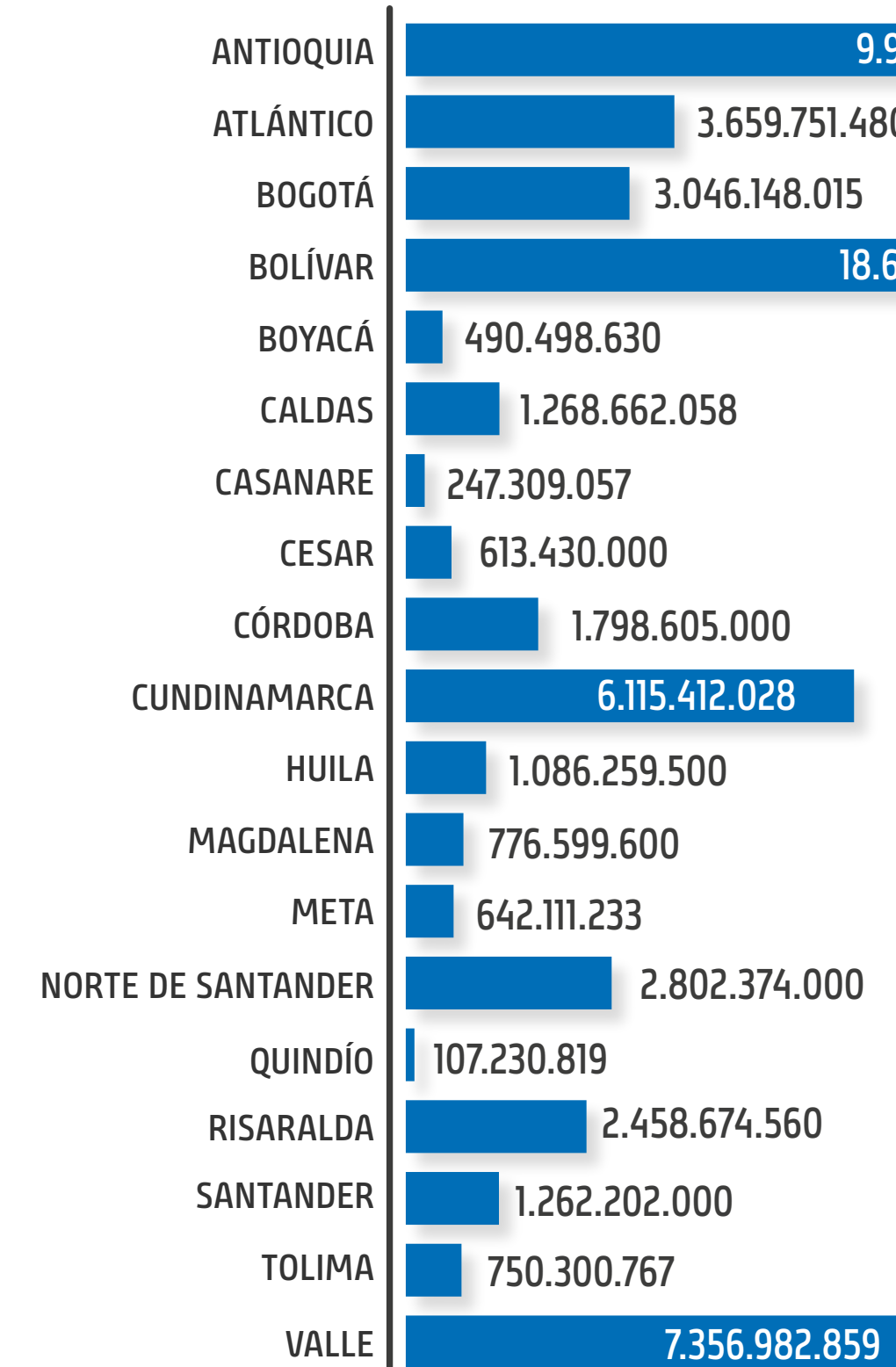
Adicionalmente, velamos porque el equipo de colaboradores(as) actualice sus conocimientos sobre la nueva nor-

matividad, mediante la capacitación y el acompañamiento de asesores tributarios calificados.

Los procedimientos y lineamientos expuestos nos permiten publicar de forma voluntaria las contribuciones fiscales realizadas por la compañía durante el 2022, las cuales ascienden a los 284 mil millones.

Pagos al gobierno por departamento del país

(expresado en millones de pesos COP).

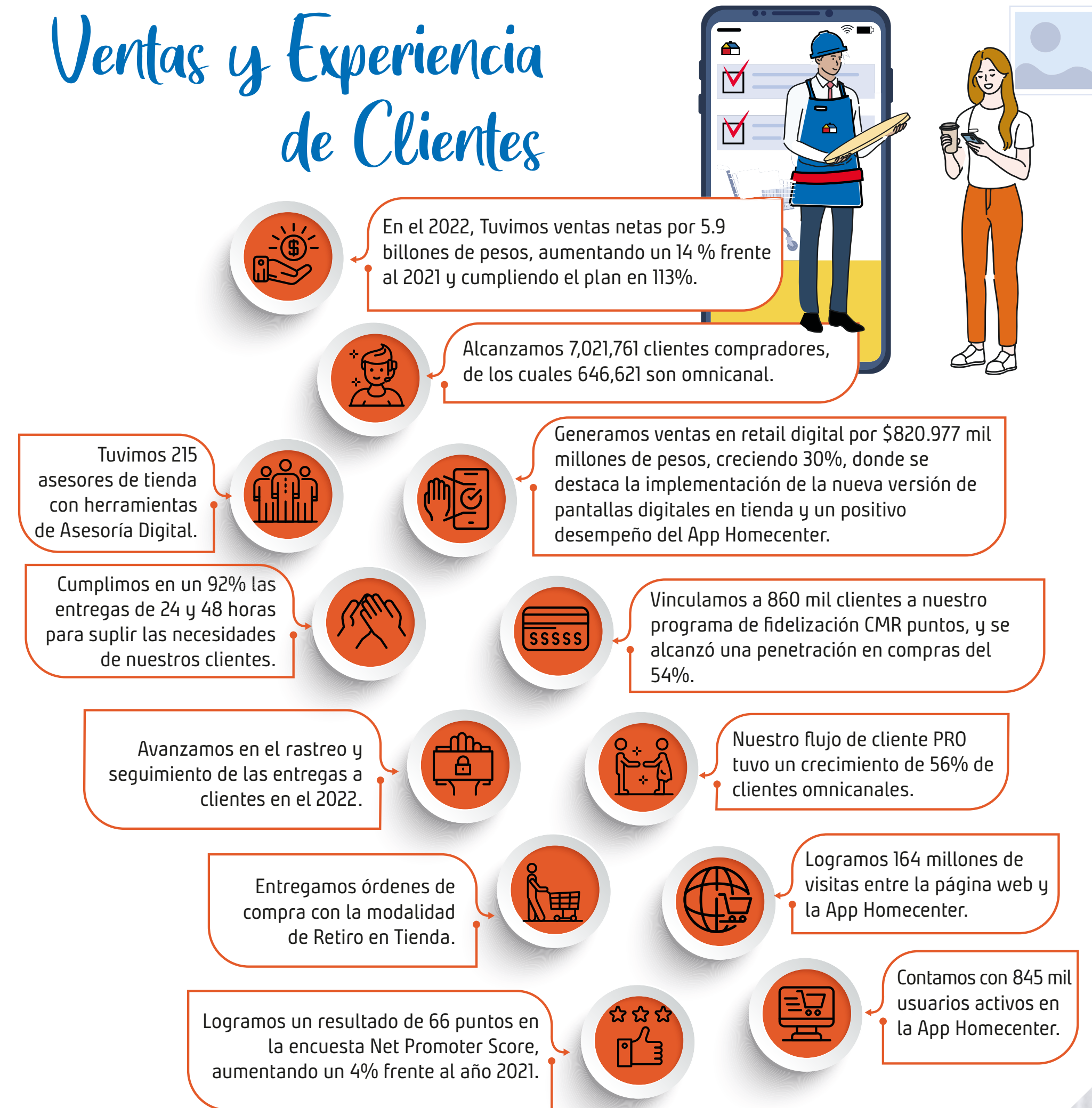


Valor pagado



Nuestros principales logros en 2022

Ventas y Experiencia de Clientes



Sociales





Nuestros centros de distribución

Los centros de distribución son el corazón de nuestra operación, ya que aseguran un trabajo efectivo y eficiente para cumplir los sueños y proyectos de hogar de nuestros clientes. La compañía cuenta con tres centros de distribución y una plataforma crossdocking, con la cual consolidamos y distribuimos la mercancía a todos los almacenes a nivel nacional y a nuestros clientes que compran a través de nuestros canales de venta digitales. Nuestros tres centros de distribución están ubicados en el departamento de Cundinamarca y nuestra plataforma crossdocking en Girardota, Antioquia.



Con el propósito de dar solución ágil y eficiente a las necesidades de nuestros clientes contamos con centros de distribución modernos y de gran capacidad, cabe resaltar que cada uno lleva a cabo una tarea específica en la cadena de suministro. De esta manera, con el trabajo colaborativo hemos logrado incorporar armónicamente los canales de venta digital y físico. Asimismo, nos hemos centrado en la automatización de procesos en nuestros puntos de venta físicos, dotando a nuestros colaboradores de herramientas digitales que permitan dar respuestas eficientes a las necesidades de nuestros clientes. A continuación, presentamos cómo cada uno de nuestros centros de distribución ha venido implementando estos procesos y herramientas para avanzar en la transformación digital.

Ambientales



Obtuvimos la recertificación carbono neutro en Alcance 1 y 2 e ISO 14001 para las 40 tiendas.



Obtuvimos la primera certificación ISO 14001 para los CD's.



Obtuvimos un resultado de 96,1% en reciclaje de llantas, 100% en reciclaje de pilas y baterías y un 95% en iluminación.



Dimos inicio al cronograma de implementación de paneles solares en 3 tiendas.



Realizamos ferias ambientales con el fin de crear conciencia y dar fortalecimiento al conocimiento de temas ambientales.



Cumplimos nuestro indicador ambiental de huella de carbono en un 100%.



Obtuvimos un puntaje de 97% (subimos 1 punto con respecto al 2021) en el módulo ambiental del INDEX.

Cedis Funza: nuestro Cedis de Funza es el centro de distribución más grande y moderno del país, ya que funciona con Inteligencia Artificial. Con la ayuda del sistema GTP (Goods to Person) nuestros operarios encuentran todo lo que buscan en el menor tiempo posible, esta herramienta permite transformar las estanterías fijas por estanterías móviles para la zona de alistamiento de productos. De esta manera, hemos logrado identificar y clasificar los productos según su rotación, disminuyendo los tiempos de operación y mejorando el proceso de abastecimiento hacia nuestras tiendas.



Cedis Caplan: Contamos con un Centro de Distribución Camión Plano en el municipio de Madrid, Cundinamarca. A este centro llegan productos nacionales e importados, especialmente del área de patio constructor; posteriormente, nos encargamos de distribuirlos a nuestras 40 tiendas a nivel nacional. Este centro de distribución es fundamental para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, especialmente las relacionadas con productos de obra gruesa, al permitir una operación moderna, ágil y eficiente.

Cedis VAD: nuestro centro de distribución Venta a Distancia atiende exclusivamente las entregas de clientes finales que realizan compras a través de nuestros canales digitales como call center, página web y App Homecenter. Se encuentra ubicado en el municipio de Tenjo, Cundinamarca.

Su implementación responde a la necesidad de movilizar el canal de venta a distancia, así como mejorar el servicio en las entregas completas y a tiempo.

Nuestro Cedis VAD permite la generación de experiencias memorables, ya que les ofrece a nuestros clientes la opción de recibir el producto en una tienda física o que sea enviado a sus hogares y centros de trabajo. De esta manera el centro de distribución es un referente a nivel logístico en el canal online.



CALL CENTER

Contamos con un Call Center propio con el objetivo de facilitar a nuestros clientes el acceso a servicios y formas de compra digitales. Durante el 2022 continuamos especializándonos para atender de manera oportuna las necesidades de cada estilo de cliente y de hacer uso efectivo de nuestro canal de whatsapp y de llamadas para incrementar las ventas.

Desde 2020, contamos con Call Centers auxiliares para brindar atención a los clientes, con personal de Sodimac que se encuentra trabajando desde casa. Por lo cual, estamos en la mejora constante de estándares de servicio y en la facilidad de brindarle a nuestros clientes un asesor especializado para su compra a través de nuestros canales de venta telefónico y Whatsapp.

117.932 millones
Total, ventas en call center



28.595 millones
Ventas por whatsapp



851.809
Llamadas atendidas



LÍNEA VENTA TELEFÓNICA
01 8000 12 73 73



LÍNEA CONSTRUCTOR
Compre desde su obra
#689



Adicionalmente, hemos mejorado en el desarrollo de nuestro sistema de audio respuesta IVR (por sus siglas en inglés *Interactive Response Unit*), lo que nos ha permitido segmentar a nuestro cliente desde el inicio de la llamada, direccionándolo a un asesor experto. Asimismo, hemos mejorado las sinergias con nuestras tiendas con el objetivo de acelerar y mejorar la atención de nuestros clientes, logrando crecimiento en la atención y ventas récord para el canal.

Cientes de Alto Valor

Desde el año 2021 lanzamos nuestro proyecto "Clientes de Alto Valor", el cual permite identificar desde el sistema de audio respuesta IVR a nuestros clientes más valiosos para brindarles una atención excepcional y diferencial, pues son atendidos por asesores especializados con tiempos de respuesta más cortos.

Nuestras marcas



El cliente es nuestro centro y por eso queremos que cada una de las personas que visitan nuestras tiendas de manera física y digital encuentren todo lo que buscan para hacer de sus hogares el mejor lugar del mundo. Estamos orgullosos de ofrecer una gama amplia de productos y servicios, los mejores precios del mercado y asesorías detalladas de la mano de colaboradores especializados.



Nuestra finalidad es ofrecerles a nuestros clientes especialistas la mejor manera de progresar y hacer crecer sus negocios. Por esta razón, queremos ser el socio de confianza de todos los trabajadores del área de la construcción, brindando las mejores capacitaciones, variedad de marcas y productos, orientación personalizada y los mejores precios del mercado.



Estamos comprometidos con el fortalecimiento de pequeñas, medianas y grandes empresas del sector de la construcción. Por este motivo, a través de nuestro canal Homecenter Empresas trabajamos para brindar asesorías de alta calidad con un catálogo amplio de productos a los empresarios de nuestro país. Entre los beneficios que ofrece este canal están las cotizaciones al instante, asesorías técnicas especializadas y entregas directas en obra.



Integración de canales

Los cambios del mercado nos exigen estar en constante cambio e innovación para continuar ofreciendo experiencias únicas a nuestros clientes, incorporando actualizaciones y mejoras en nuestros productos y servicios.

Hemos logrado fortalecer el vínculo con nuestros clientes a través de un conjunto de aplicaciones digitales que les permiten comprar por múltiples canales de venta. Lo anterior, nos facilita mantener a nuestros clientes actualizados sobre promociones flexibles, novedosas y dirigidas a las necesidades de cada tipo de consumidor, y así garantizar la mejor experiencia de compra.

En 2022 continuamos el fortalecimiento de la hiperaceleración digital de nuestro negocio, centrando nuestros esfuerzos en la innovación de nuestros canales de venta físicos y digitales, así como la automatización de nuestros procesos internos. Lo anterior, con el objetivo de ofrecer mejores opciones de productos y servicios a nuestros clientes. Hemos direccionado nuestra estrategia en la inclusión de inteligencia artificial que permita optimizar los tiempos de los procesos, ventas y entregas.

Nuestros productos y servicios

Contamos con 2.986 categorías de productos, 27 familias con 199.294 referencias activas de productos, que hacen parte de nuestros 5 departamentos: Materiales de Construcción, Ferretería, Terminaciones, Hogar y Jardín.

Nos hemos posicionado como un aliado efectivo y estratégico a nivel nacional, con capacidad de ofrecer un surtido de marcas amplio para empresarios por medio de nuestra formato Venta a Empresa. Asimismo, en nuestras tiendas físicas contamos con una gran variedad de productos teniendo en cuenta los intereses de nuestros diferentes tipos de clientes. También, desde nuestras tiendas y medios digitales trabajados en ideas inspiradoras que motivan a los colombianos a convertir en realidad tus sueños de hogar.

Desde la emergencia sanitaria del año 2020 hemos trabajado para ofrecer soluciones completas a nuestros clientes, lo que fue un año atípico nos permitió encontrar oportunidades de mejora para acelerar nuestra digitalización y brindar mejores experiencias. En 2022, una vez superada la crisis, somos conscientes de los profundos retos que asumimos y de la ganancia de los mismos, es por ello que nuestro portafolio de servicios se encuentra actualmente dotado de una gran variedad de ofertas para nuestros clientes.

Un ejemplo que permite evidenciar la materialización de nuestros esfuerzos, son las asesorías virtuales para proyectos en donde generamos una videollamada, entendemos las necesidades puntuales del cliente, analizamos el espacio de manera remota, acompañamos el proceso de medición y construimos una propuesta a través de visualización tridimensional del espacio. Posteriormente, se genera una cotización con los costos de los productos y servicios necesarios.

Productos



Servicios





Instalaciones

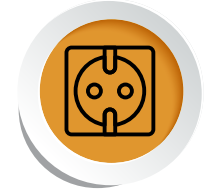
Con nuestros servicios de instalación tenemos el objetivo de ofrecerle a nuestros clientes una solución completa a sus necesidades, acompañada de la optimización de su tiempo y presupuesto. Brindamos asesoría, acompañamiento y trabajo de técnicos expertos seleccionados y capacitados que ayudan a

cumplir los sueños y proyectos de hogar de los colombianos. Por esta razón, en 2022 contamos con un catálogo amplio de servicios de instalación que responde a los requerimientos de nuestros clientes y la evolución del mercado. Adicionalmente, seguimos incorporando medidas y protocolos de bioseguridad en pro de cuidar el bienestar de nuestros clientes y colaboradores.



Plomería y ferretería

- Almacenamiento de agua/tanques.
- Cerraduras.
- Filtros.
- Puertas y motores de garaje.



Línea electro-hogar y casa inteligente

- Línea blanca.
- Aires acondicionados.
- Lavavajillas.
- Electro gasodomésticos.
- Hornos y estufas.
- Sistemas de seguridad.
- Lavadoras y secadoras.
- Campanas.
- Visita técnica e instalación y configuración Ozom 2.0.
- Citofonía.



Asistencia hogar

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



Cocinas y aseo

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



Baños

- Muebles de baño.
- Porcelana sanitaria.
- Duchas.
- Espejos.
- Baños todo incluido.
- Visita asesorías.
- Griferías.
- Kits de baño.
- Divisiones de baño.
- Calentadores.



Aire libre

- Armado asadores.
- Instalación de aleros.
- Toldos o gazebos.
- Juegos de terraza.
- Trampolines.



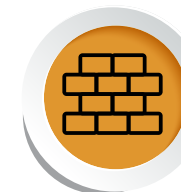
Construcción

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



Decoración, iluminación y ventiladores

- Instalación de persianas y paneles.
- Mantenimiento de cortinas y persianas.
- Lavado de persianas y tapetes.
- Instalación de lámpara.
- Cortinas y persianas a la medida.
- Ventiladores de techo.



Pisos y paredes

- Instalación de pisos y paredes.
- Aplicación de pintura.
- Instalación papel mural.



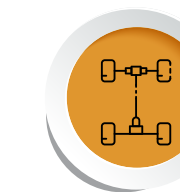
Muebles y organización

- Armado instalaciones de muebles.
- Soportes y paneles TV.
- Closets.
- Repisas.
- Organizadores.
- Armado de sillas.



Car Center

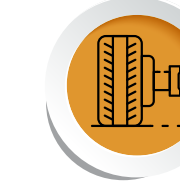
En nuestro Car Center contamos con el mejor personal con conocimiento técnico para el cuidado, mantenimiento y limpieza de los vehículos de nuestros clientes. Desarrollamos los procesos teniendo en cuenta el cuidado del medio ambiente, por lo que empleamos practicas sostenibles como la recolección de baterías, llantas y aceites. Al cierre del 2022 contamos con 33 Car Centers a nivel nacional.



Alineación.



Instalación de baterías.



Balanceo.



Instalación de plumillas.



Cambio de aceite.



Seguridad: revisión viajera.



Montaje de llantas.



Equipamiento y accesorios.



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

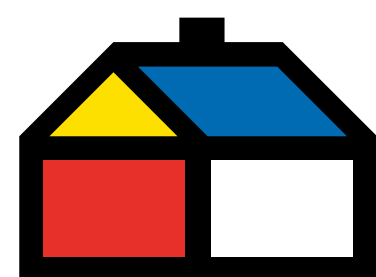


Mantenimiento de aire acondicionado.



Venta de seguros SOAT





Comprometidos con la Sostenibilidad

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



Comprometidos con la sostenibilidad

Nuestra estrategia, iniciativas y programas están alineados a nuestros valores institucionales y a los de nuestros/as accionistas. En Sodimac Colombia trabajamos para que dentro de las diferentes áreas de la empresa se viva la gestión de la sostenibilidad y de esta forma generar impactos positivos para todos nuestros grupos de interés en lo económico, social y ambiental. Además, medimos y generamos estrategias para disminuir los riesgos e impactos derivados de nuestra operación para lograr una gestión integral y nos adaptamos e innovamos en escenarios altamente cambiantes y con grandes desafíos.

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

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

Contamos con un modelo de sostenibilidad, el cual está soportado en seis pilares: Desarrollo de proveedores comerciales, Contribución a la comunidad, Marketing y comercio responsable, Mejoramiento de la calidad de vida, Gestión ambiental, Ética Empresarial y Buen Gobierno Corporativo.

Estos pilares nos permiten responder a las directrices, a nuestro compromiso como compañía y al impacto que generan nuestras actividades económicas, sociales y ambientales.



Alcance y elaboración de nuestro reporte de sostenibilidad

Este informe hace referencia a los resultados de todas las actividades realizadas en el año 2022 para aportar de forma positiva a la construcción y cumplimiento de los seis pilares de nuestro modelo de sostenibilidad, mitigar los impactos negativos que se puedan derivar de nuestra operación, y velar por el cumplimiento de nuestro compromiso con la sostenibilidad. Esta décima versión presenta la gestión realizada entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre del 2022, en las ciudades en donde operamos como compañía.

El objetivo de este documento es informar las actividades que hemos desarrollado en este período a nivel económico, social y ambiental, comunicando adecuadamente la gestión con cada uno de los grupos de interés internos y externos con los que interactuamos.

Elaboramos el presente reporte de sostenibilidad bajo la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión estándar. La información contenida en este documento ha sido verificada por Deloitte, firma especializada en auditorías e informes de sostenibilidad.



Comité de Sostenibilidad

Para cumplir con nuestros objetivos, contamos con un comité de sostenibilidad, en el cual se trabaja para fortalecer nuestras estrategias de cara a este tema y en el que se analiza desde diferentes áreas cómo mejorar los procesos con los grupos de interés, haciéndolos más responsables. El equipo de dicho órgano está conformado por un grupo interdisciplinario, liderado por el Gerente General de la compañía.

Además, en este espacio se desarrollan y evalúan los compromisos adquiridos con los grupos de interés, así como los proyectos o programas que se están realizando en el marco de la gestión de la sostenibilidad.



Funciones del comité

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

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

Modelo de Gestión



GERENCIA GENERAL

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

JEFATURA DE GESTIÓN AMBIENTAL

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

GERENCIA DE PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

GERENCIA DE AUDITORÍA INTERNA

GERENCIA DE PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN

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

GERENCIAS DE:

- Operaciones
 - Comercial
 - Logística
 - Financiera
 - Tecnología
- Asistirán solo cuando sea necesario de acuerdo con los temas que se traten en el comité.

GERENCIA DE SOSTENIBILIDAD

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



Responsables

- Gerencia de Personas y Responsabilidad Social
- Gerencia de Sostenibilidad



Periodicidad de reunión trimestral

Temas para tratar

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



Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Alineamos nuestra gestión en todas las áreas de la compañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los cuales buscan erradicar la pobreza, proteger al planeta y asegurar la prosperidad para todos. Identificamos

nuestros ODS a partir de la Guía para la Acción Empresarial, documento desarrollado por el Global Reporting Initiative (GRI), el Pacto Global de las Naciones Unidas y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Una vez asumidos los compromisos, nos alineamos a los objetivos con los seis pilares de nuestro modelo de sostenibilidad, definiendo los diferentes compromisos para el adecuado desarrollo de nuestras iniciativas y programas.

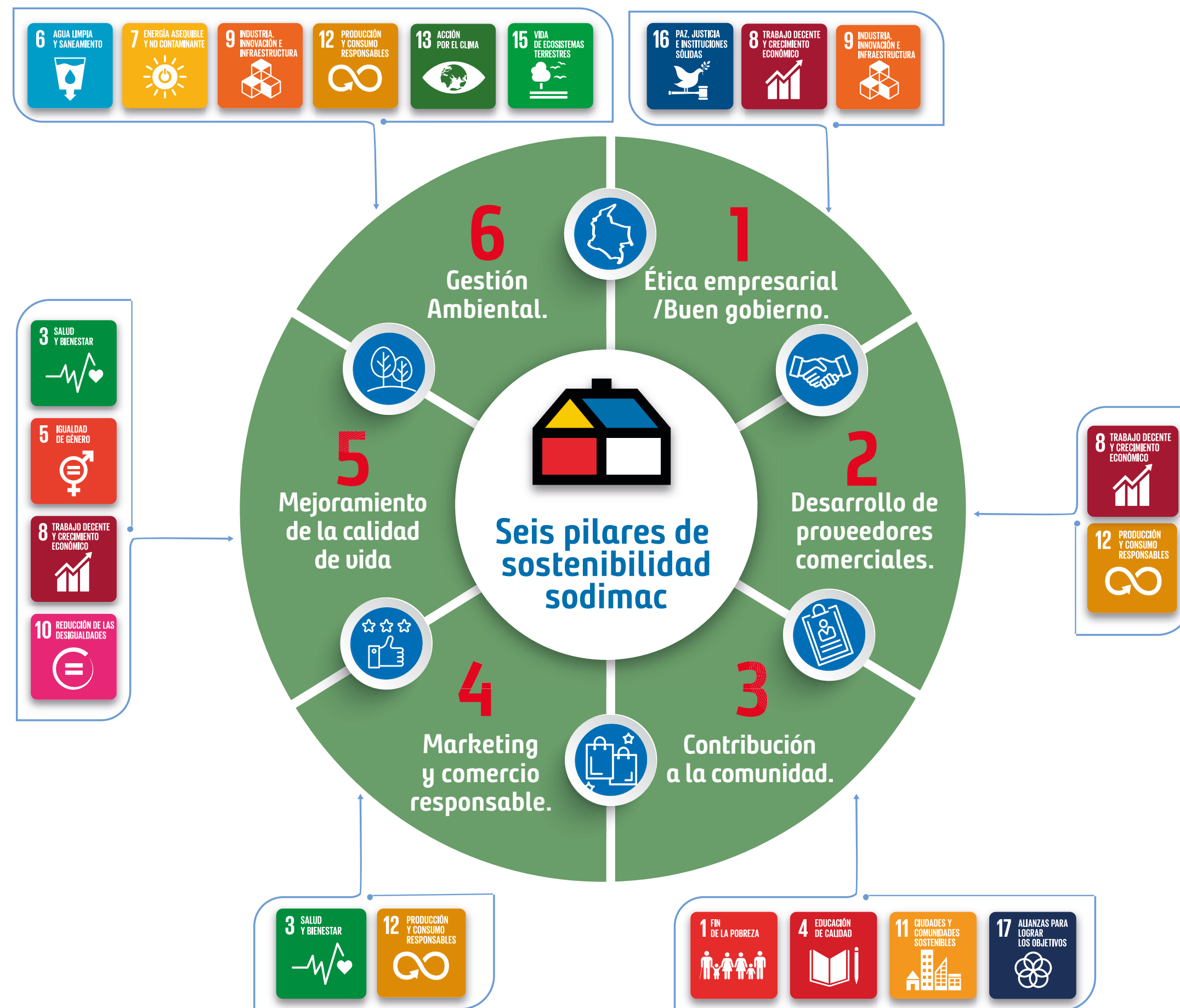
Priorizamos en nuestra gestión 3 de los 17 objetivos. Para el 2022 nos enfocamos en seguir aportando al crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible del país, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (objetivo 8) por medio de la adopción de medidas que contribuyen a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y la implementación de nuevas iniciativas para seguir siendo responsables con nuestros grupos de interés, principalmente nuestros proveedores y clientes. Igualmente, estamos comprometidos con generar modalidades de consumo y producción sostenible (objetivo 12) y con adoptar medidas para combatir el cambio climático sus efectos (objetivo 13).

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

Para definir la contribución de las actividades de nuestra operación establecimos:



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



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA
Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.



ODS	Declaración	Programas/ procesos / herramientas
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.</p>	<p>Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST). Comité Local de Seguridad y Salud en el Trabajo (COLOSST). Revisión de buenas prácticas sostenibles en proveedores de Asia (Factory Audit). Diálogo social - Sintra Sodimac (Sindicato de Trabajadores Sodimac). Escuela de Excelencia Sodimac. Generación de empleo de calidad. Programa de inclusión laboral. Workplace de Facebook. Programa de calidad de vida laboral. Relaciones laborales. Plataforma colaborativa para cadenas de suministro responsables (SEDEX). Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. Plan de beneficios a colaboradores "Sodimac Conmigo". Plan de asesorías a colaboradores "Vive + Vive Mejor". Política de Diversidad e Inclusión. Protocolo de atención a clientes en temas de diversidad.</p>
 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>	<p>Ahorro y uso eficiente de la energía. Ahorro de bolsas plásticas. Auditorías y testeos de los productos. Monitoreo de la huella de carbono. Mitigación y compensación de la huella de carbono. Revisión de buenas prácticas sostenibles en proveedores de Asia (Factory Audit). Paneles solares en la tienda de Mosquera. Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR). Programa Posconsumo.</p>
 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</p>	<p>Ahorro y uso eficiente de la energía. Ahorro de bolsas plásticas. Monitoreo de la huella de carbono (Casa ECO). Transporte sostenible y logística eficiente. Paneles solares en la tienda de Mosquera. Siembra de árboles. Sistema de Gestión Ambiental. Tiendas LEED transporte y logística</p>

Materialidad

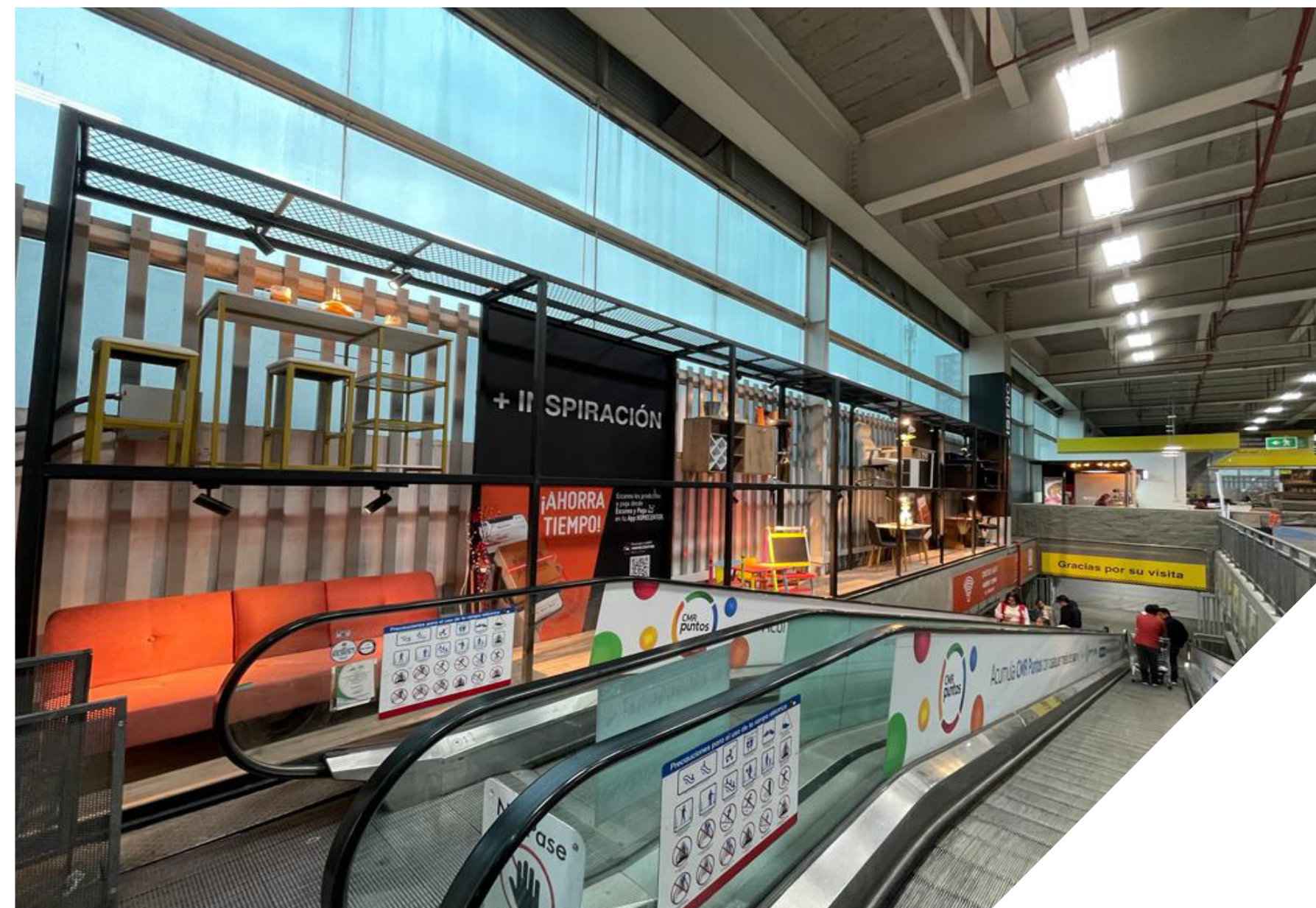
Cada año identificamos los asuntos que guían nuestra gestión de la sostenibilidad usando la versión estándar de la metodología Global Reporting Initiative (GRI). En el año 2022, nos basamos en los resultados del año inmediatamente anterior para hacer un diagnóstico a nivel corporativo y actualizar todos los temas materiales de nuestra gestión. Entre los aspectos que revisamos estuvieron el cerrar brechas en la gestión, los cambios del sector retail, y los retos digitales.

Pudimos identificar oportunidades de mejora y buenas prácticas a seguir en el corto, mediano y largo plazo. En el 2022, con el objetivo de fortalecer la identificación de oportunidades de mejora e identificar los temas estratégicos de la operación, realizamos un ejercicio con nuestros grupos de interés a fin de incorporar diferentes perspectivas que puedan enriquecerlo. A continuación, presentamos el proceso de actualización de la materialidad y describimos cada asunto relevante en la medición de la gestión de la sostenibilidad.





Pilar Sodimac	No.	Temas Materiales
Gobierno Corporativo	A1	Innovación y desarrollo
	A2	Ética y anticorrupción
	A3	Derechos Humanos
	A4	Transformación digital
	A5	Protección de datos y ciberseguridad
Trabajadores	B1	Empleo y clima
	B2	Cultura
	B3	Diversidad e inclusión
	B4	Formación y desarrollo
	B5	Diálogo social
	B6	Salud y seguridad
Clientes	C1	Experiencia del cliente
	C2	Salud y seguridad del producto
	C3	Economía circular y consumo responsable
	C4	Ética publicitaria
Proveedores	D1	Gestión sostenible de proveedores
	D2	Satisfacción del proveedor
	D3	Emprendimiento local
Comunidad	E1	Inversión social
	E2	Gestión del entorno
Medioambiente	F1	Cambio climático
	F2	Ecoeficiencia operacional
	F3	Residuos y circularidad
	F4	Logística sostenible



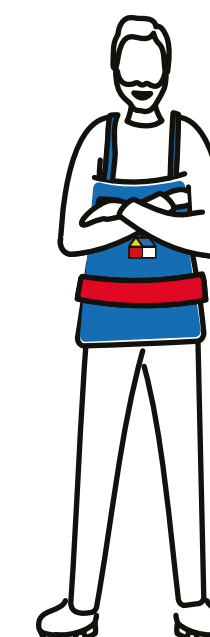
Nuestros grupos de interés

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

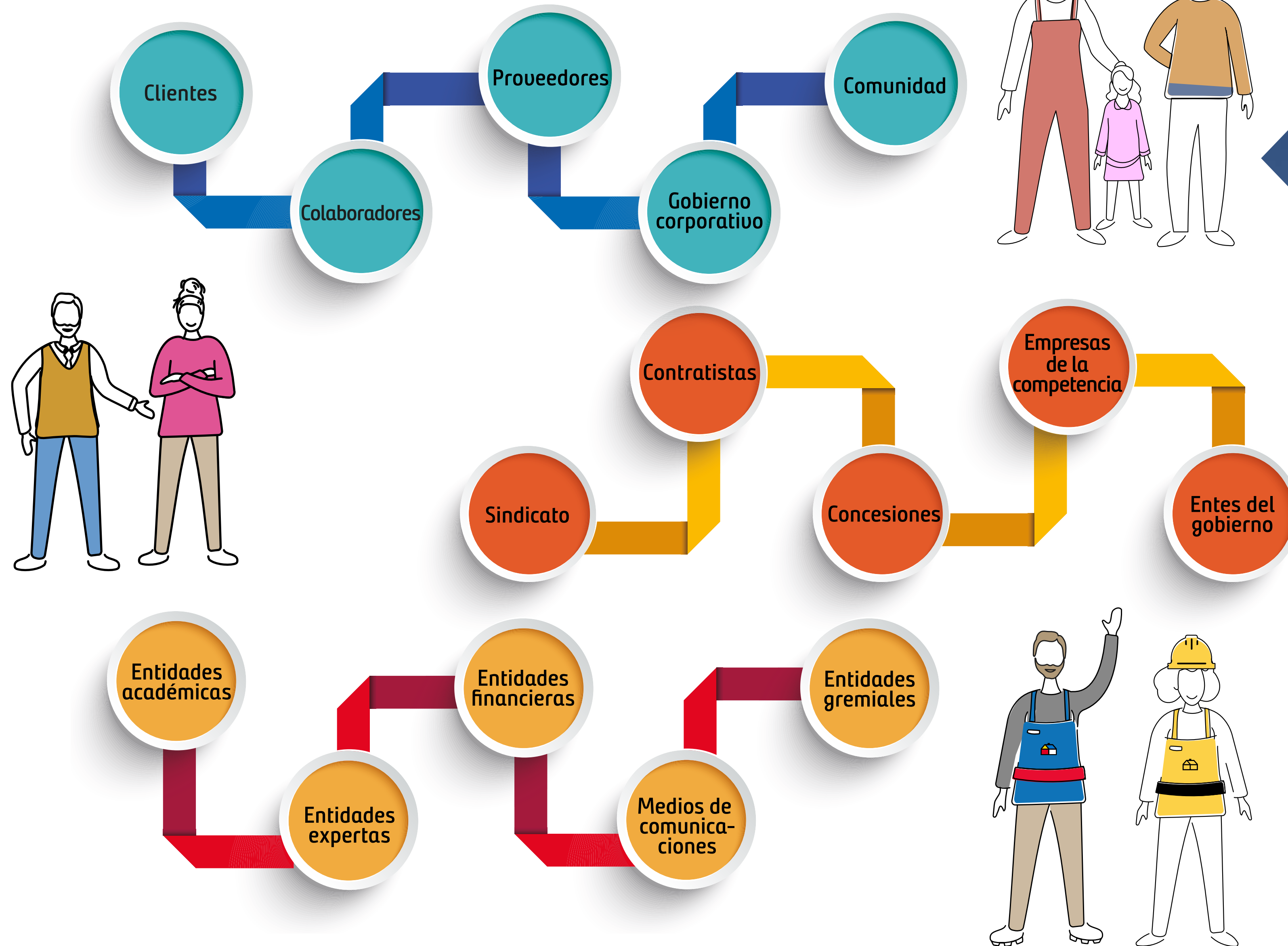
Cada 3 años revisamos la identificación de los grupos de interés de la compañía y actualizamos nuestros compromisos formales y específicos con cada uno de ellos.

Criterios de identificación:

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



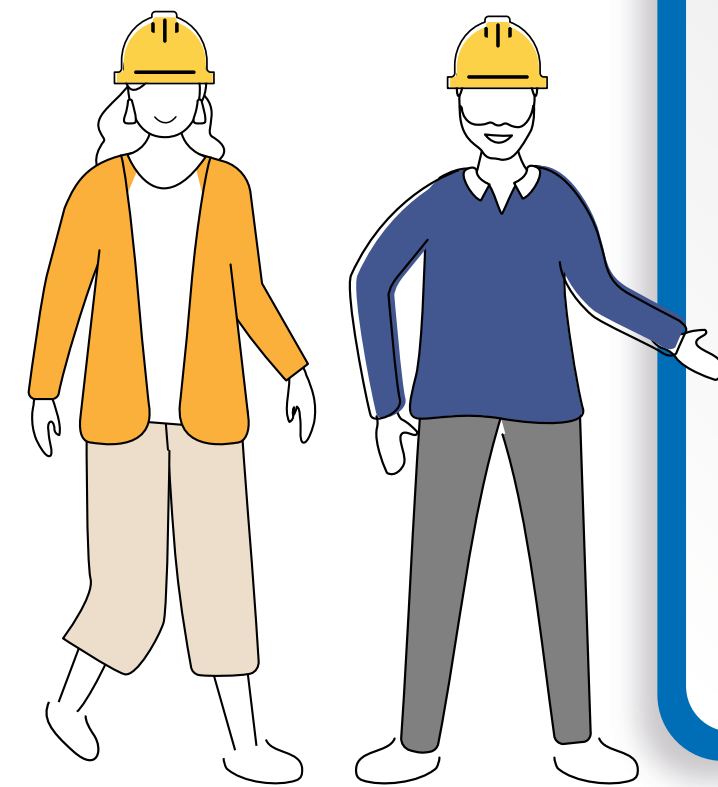
Grupos de interés



Comunicación para el relacionamiento con grupos de interés

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

Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés



Clientes

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

Colaboradores y sindicato

- Encuesta de entorno laboral y salud emocional **AN**
- Workplace de Facebook. **DI**
- Charlas con el Gerente. **TR**
- Comités de participación en tiendas. **SE**
- Comités de tienda y de áreas. **SE**
- Conversaciones en las jefaturas de Gestión Humana de todas las tiendas **DI**
- Espacios de diálogo con Relaciones Laborales. **DI**
- Escuela de Excelencia Sodimac. **SE**
- Inducciones y capacitaciones.
- Página web. **SE-DI**
- Líneas éticas. **DI**
- Retroalimentación de la evaluación de desempeño y desarrollo. **TR-ST-AN**
- Miguel se pone la 10. **SE**

Comunidad

- Reuniones, llamadas y correos con el área de Responsabilidad Social. **DI**
- Recepción de inquietudes en los centros de experiencia de compra de asuntos relacionados con comunidades cercanas a las tiendas. **DI**
- Visitas y diagnósticos en comunidades cercanas a las tiendas. **ME**
- Página web. **DI**
- Redes sociales. **DI**

Empresas de la competencia

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

Entes de gobierno

- Página web. **DI**
- Auditorías e informes de gestión para los principales entes de control. **ME**
- Redes sociales. **DI**
- Reuniones y correos con la Gerencia jurídica. **DI**

Gobierno corporativo

- Junta Directiva. **ME**
- Informe anual de accionistas. **AN**
- Página web. **DI**
- Reuniones Gerencia General y del equipo de gerencia (presencial, telefónica y vía correo electrónico) **DI**
- Reuniones ordinarias de Junta Directiva en las que participan accionistas. **ME**

Proveedores, contratistas y concesiones

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

Entidades gremiales

- Mesas de trabajo. **TR**
- Informes y documentos de gestión. **AN**
- Página web. **DI**
- Redes sociales. **DI**
- Reuniones con áreas específicas de la compañía **DI**

Frecuencia de relacionamiento

Para cada grupo de interés, identificamos el medio de relacionamiento y la frecuencia con la cual ocurre este contacto. Los tipos de frecuencia pueden ser:

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

Entidades académicas y expertas

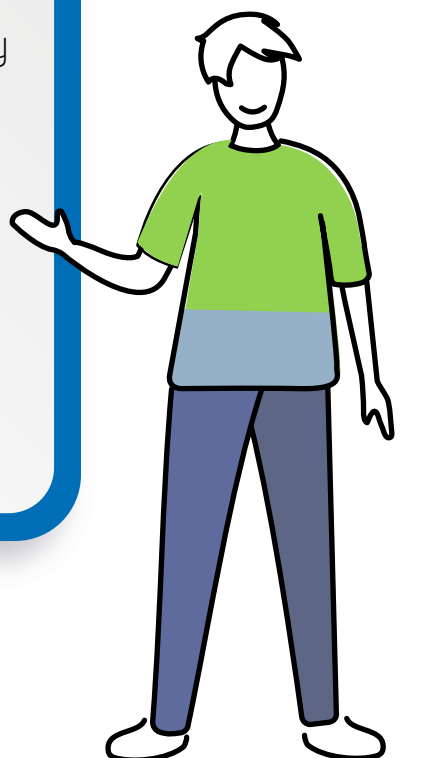
- Reuniones y espacios de conversación con áreas específicas de la compañía. **DI**
- Página web. **DI**
- Redes sociales. **DI**

Medios de comunicación

- Reuniones con la Gerencia de Mercadeo **DI**
- Página web. **DI**
- Redes sociales. **DI**
- Gira de medios. **ME**
- Comunicados de prensa. **SE**

Entidades financieras

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



Hitos de la Sostenibilidad

Index de Sostenibilidad Sodimac

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

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

Para el 2022, logramos un resultado del 92%, avanzamos 1 punto en referencia a los resultados del último ejercicio realizado en 2021. Con el porcentaje alcanzado, podemos dar cuenta del grado de madurez en la gestión de la sostenibilidad y la integración de los temas económicos, sociales y ambientales en la compañía. Destacamos especialmente avances con nuestros clientes y colaboradores. Con respecto a la comunidad y el medio ambiente obtuvimos un resultado de cumplimiento del 97% y 96% respectivamente.

Entre los temas a trabajar para el año 2023, hemos definido planes de acción para el ámbito de gobierno corporativo, trabajadores, clientes y proveedores con el objetivo de mejorar prácticas que aún requieren fortalecerse, y hemos establecido de manera transversal estrategias de mejora continua para fomentar procesos de innovación en la sostenibilidad.

De esta manera fortaleceremos la gestión, teniendo como meta un resultados de 93% en el 2023.

Plan de sostenibilidad

Gracias a un trabajo de todas las áreas de la compañía, durante 2022 alcanzamos un excelente resultado en nuestro plan anual de sostenibilidad. Logramos cumplir con el 99% de nuestros estándares en la materia. La meta para el 2023, será trabajar las brechas que fueron identificadas en el ejercicio del Index 2022 para continuar con una gestión integral de la sostenibilidad y nos permita la generación de valor a cada uno de nuestros grupos de interés.

Metas ASG 2030

Hicimos un ejercicio de la medición del valor agregado en el segundo semestre del año, evaluamos los impactos a nivel ambiental, social y de gobierno. Luego de establecer el valor que aportamos a la sociedad definimos las metas a 2030, a las cuales les haremos seguimiento anualmente.

Gestión Integral de Riesgos 2022

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, trabajamos en estrategias para identificar, medir y monitorear los riesgos que se derivan de nuestra operación. Teniendo en cuenta factores económicos, políticos y sociales, así como una evaluación periódica sobre el impacto para la compañía de cada riesgo identificado, de esta forma es posible gestionarlos y tomar decisiones de manera oportuna.

Para mitigar el impacto de los principales riesgos identificados durante el año 2022, realizamos un análisis permanente dado a las políticas del nuevo gobierno; de los efectos ocasionados por las nuevas reformas especialmente en términos tributarios y laborales, el aumento de la inseguridad debido a las protestas, marchas y el descontento social y al crecimiento de las amenazas y eventos que ponen en riesgo la seguridad de la información los cuales lograron detectarse y detenerse oportunamente. Se definieron planes de acción que se ejecutan, miden y validan a lo largo del año para garantizar la continuidad y sostenibilidad de la operación de la compañía.

Habilitamos espacios para monitorear la ejecución de los planes de acción definidos y realizar seguimiento constante de los riesgos, esto nos permite tener control de la gestión de los efectos de la incertidumbre y aprovechar las oportunidades derivadas de la misma. Algunos de los espacios son: el comité de riesgos y cumplimiento mensual, el comité de auditoría y riesgos trimestral y la Junta Directiva, donde se presenta el informe de gestión de la Gerencia de Riesgos y Cumplimiento.

Como parte del Programa de Transparencia y Ética Empresarial realizamos campañas e iniciativas que involucran a todos nuestros grupos de interés con el fin de fortalecer el conocimiento y el cumplimiento de los valores corporativos que garanticen el actuar con honestidad y transparencia en todo momento. Las acciones realizadas en el 2022 son las siguiente:

- A** Capacitación anual de los colaboradores.
- B** Actualización de la Matriz de Riesgos.
- C** Monitoreo de señales de alerta en la vinculación de clientes, proveedores y contratistas.
- D** Evaluación de conflictos de interés de colaboradores.
- E** Divulgación a clientes, proveedores y contratistas del Manual de Cumplimiento actualizado y el Código de ética con el fin de asegurar la transparencia en las relaciones comerciales.
- F** Refuerzo en el conocimiento de nuestros canales de denuncia a clientes, proveedores y contratistas con el fin de garantizar el reporte de situaciones que vayan en contra de los valores y lineamientos de la Compañía.

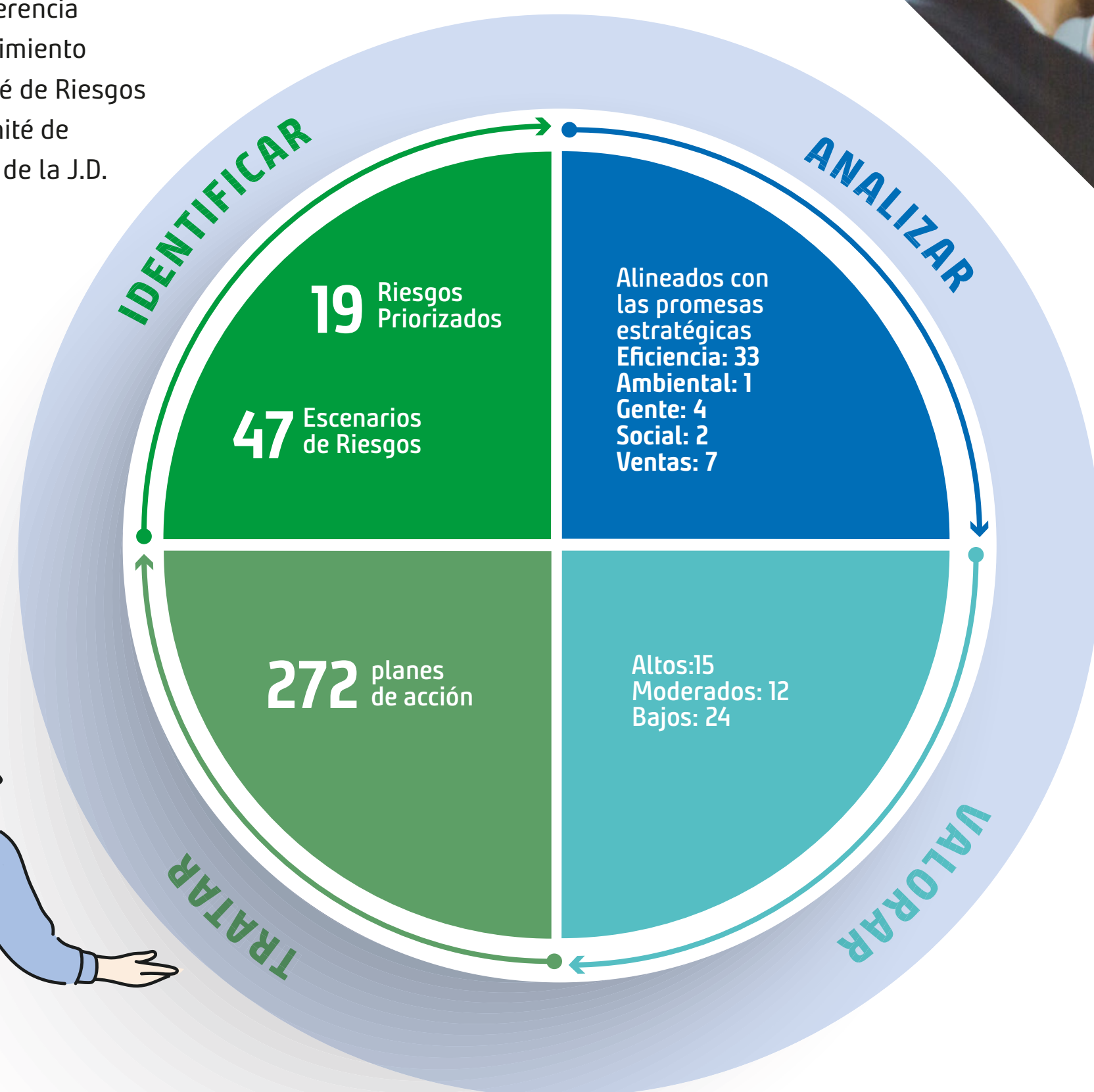
Dando cumplimiento a la Ley 2195 “Medidas en Materia de Transparencia, Prevención y Lucha Contra la Corrupción”, se realizó la actualización del Manual de Transparencia y Ética Empresarial donde se incluyeron la política de protección al denunciante y la política relacionamiento con funcionarios públicos.



Resultados Ciclo de Gestion de Riesgos 2022

- ★ **Permanente** por Gerencia de Riesgos y Cumplimiento
- ★ **Mensual** por Comité de Riesgos
- ★ **Trimestral** por Comité de auditoria y Riesgos de la J.D.
- ★ **Anual** por J.D.

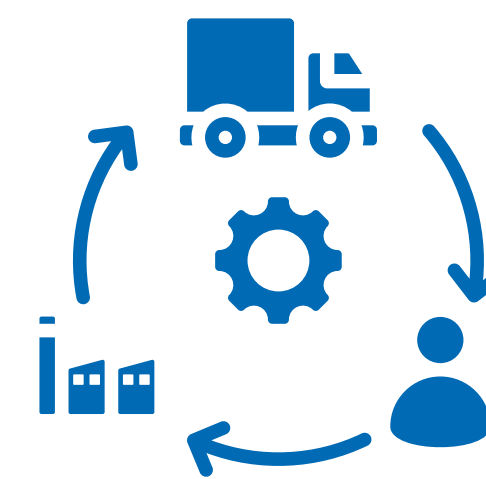
Seguimiento y Monitoreo*



Capacitación y Comunicación

- ★ Talleres de Riesgo
- ★ Capacitaciones de inducción

- D** Actualización de la matriz de riesgos por factores: producto, contraparte, jurisdicción y actividad económica.
- E** Capacitación anual obligatoria a colaboradores en temas de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo y e) actualización de información de clientes, proveedores y contratistas que lleven más de 2 años vinculados con Sodimac Colombia S.A.



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

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

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

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







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

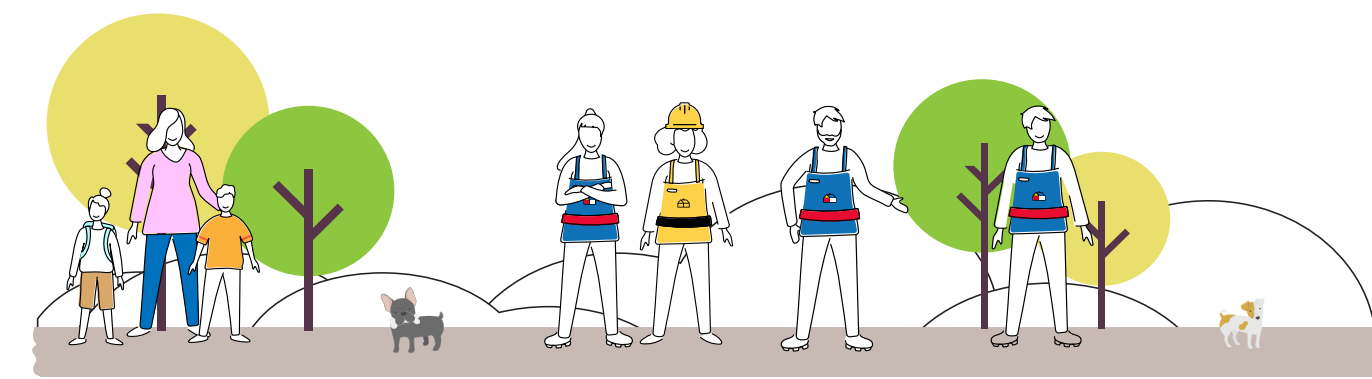
- A** Identificación de beneficiarios finales de nuestras contrapartes (clientes, proveedores y contratistas).
- B** Actualización de bases de datos de clientes y proveedores con los requerimientos exigidos por la Circular Externa No. 100 expedida por la Superintendencia de Sociedades.
- C** Divulgación del Sistema de Prevención de Lavado de Activos informando a terceros las actividades que ejecuta Sodimac Colombia S.A. para el conocimiento de cada uno de ellos y recordando los compromisos que tienen con el SAGRILAF para su conocimiento y cumplimiento.

Gestión de impactos en nuestra operación



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

Esto lo logramos con acciones que se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para ello realizamos una identificación, priorización, valoración y evaluación de nuestra gestión de sostenibilidad, con esto logramos innovar en nuestros procesos y nos adaptamos a las circunstancias del momento.

Objetivo	Declaración	Asunto material	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
 Objetivo 1: Poner fin a la pobreza	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	Inversión social. Gestión del entorno.	<ul style="list-style-type: none"> Afectación a comunidades. Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía. Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo. Condiciones de trabajo y protección social. Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones.
 Objetivo 3: Buena Salud	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	Salud y seguridad. Formación y desarrollo. Salud y seguridad del producto.	<ul style="list-style-type: none"> Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo. Adopción de protocolos y buenas prácticas para mitigar futuras pandemias y sus efectos. Adopción de protocolos y buenas prácticas para mitigar futuras pandemias y sus efectos. Testeos y revisiones de productos.
 Objetivo 4	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje.	Inversión social. Formación y desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía. Incorporar nuevas tecnologías y tendencias en los procesos de formación, así como adaptación digital de contenidos y programas.
 Objetivo 5	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.	Diversidad e inclusión.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Política de Diversidad e Inclusión. Sensibilizaciones al personal. Plan de comunicación y lenguaje inclusivo. Difusión de campañas y material publicitario para eliminar estereotipos en cuanto a los temas de diversidad e inclusión.
 Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	Cambio climático.	<ul style="list-style-type: none"> Afectación al ambiente. Uso indiscriminado de recursos.
 Objetivo 7: Energía asequible y sostenible	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	Ecoeficiencia operacional	<ul style="list-style-type: none"> Afectación al ambiente. Uso indiscriminado de recursos. Consumo energético. Transporte sostenible (vehículos eléctricos e híbridos).



Objetivo	Declaración	Asunto material	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
 Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	Derechos Humanos. Innovación y desarrollo. Cultura. Diálogo social. Diversidad e inclusión. Salud y seguridad. Diálogo social. Salud y seguridad. Empleo y clima.	<ul style="list-style-type: none"> Transparencia y relaciones de confianza con la cadena de suministro. Prácticas justas de operación. Compras sostenibles. Impulso a la economía local. Asegurar el cumplimiento de los Derechos humanos en la cadena de suministro. Riesgos relacionados con seguridad de los trabajadores en transporte. Generación de empleo. Automatización de herramientas. Capacitaciones en temas de DDHH. Adopción de protocolos y buenas prácticas para evitar mitigar futuras pandemias, y sus consecuencias para los diferentes grupos de interés. Robotización de procesos. Actualizaciones de plataformas digitales de venta. Revisiones periódicas para conocer el entorno laboral y la salud emocional en la que se encuentran los colaboradores. Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo. Adaptación y digitalización de actividades de calidad de vida laboral al entorno. Promoción de buenas prácticas de diversidad e inclusión para todos los grupos de interés. Condiciones de trabajo y protección social. Balance trabajo - familia. Protección de los derechos humanos en el ambiente de trabajo. Ambiente sano, seguro y productivo de trabajo. Política de beneficios y compensación.
 Objetivo 9: Industria, innovación, infraestructura	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	Gestión sostenible de proveedores. Satisfacción del proveedor. Gestión sostenible de proveedores. Gestión sostenible de proveedores. Innovación y desarrollo. Ecoeficiencia operacional.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Canales adecuados para atender y recibir las dudas, inquietudes y reclamos de nuestros proveedores. Prácticas justas de operación. Planes y programas para mitigar el riesgo (SEDEX). Compras por internet (e-commerce). Transparencia en la información y comunicaciones. Utilización de herramientas tecnológicas como relacionamiento con clientes y para compras (Apps). Diseño de tiendas que cumplan con los criterios de sostenibilidad. Nuevos formatos innovadores y sostenibles (Pop-up Store).
 Objetivo 10: Reducir inequidades	Reducir la desigualdad en y entre los países.	Diversidad e inclusión.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Política de Diversidad e Inclusión. Plan de capacitaciones en diversidad y equidad al equipo Sodimac. Protocolo de atención incluyente. Desarrollo e implementación del formato: Inspiradamente Sodimac.

Objetivo	Declaración	Asunto material	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
 Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	Inversión social.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones.
		Gestión del entorno.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión laboral para todo tipo de poblaciones. Afectación al ambiente en comunidades. Uso indiscriminado de recursos en comunidades. Consumo energético.
		Cambio climático.	<ul style="list-style-type: none"> Tiendas con certificaciones ambientales. Programas de reducción de consumo de agua.
		Ecoeficiencia operacional.	<ul style="list-style-type: none"> Cubiertas con paneles de energía solar en tienda de Mosquera. Implementación de eficiencia energética en Tunja. Programa de eficiencia energética. Diseño de tiendas que cumplan con los criterios de sostenibilidad.
		Residuos y circularidad.	<ul style="list-style-type: none"> 27 tiendas certificadas por ISO14001 gestión ambiental. Posconsumo: llantas, pilas, baterías, luminarias. Ciclo de vida de productos – economía circular.
 Objetivo 12: Consumo responsable y producción	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	Economía circular y consumo responsable.	<ul style="list-style-type: none"> Mercadeo e información al cliente. Educación y cultura en el cliente. Protección de la salud y seguridad de los consumidores. Fortalecimiento del programa de consumo sostenible con nuestros grupos de interés. Protección de derechos humanos para clientes y demás grupos de interés externo.
		Experiencia de cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación de buenas prácticas de consumo responsable (piezas, campañas, etc.).
		Ética publicitaria.	<ul style="list-style-type: none"> Protección de datos de los clientes. Manejo de quejas y reclamos. Adopción de buenas prácticas en marketing responsable y ética publicitaria.
		Salud y seguridad del producto.	<ul style="list-style-type: none"> Aseguramiento de la duración y la calidad de los productos.
		Cambio climático.	<ul style="list-style-type: none"> Programas de reducción y óptimo uso del recurso hídrico.
		Ecoeficiencia operacional.	<ul style="list-style-type: none"> Programas para la reducción del consumo energético.
		Economía circular y consumo responsable	<ul style="list-style-type: none"> Compras por internet (e-commerce).
		Economía circular y consumo responsable.	<ul style="list-style-type: none"> Reducción del embalaje. Programa posconsumo. Venta de productos verdes y con menor impacto ambiental.
Residuos y circularidad.			



Objetivo	Declaración	Asunto material	IMPACTOS (Potenciales y Reales/ Positivos y negativos)
 Objetivo 13: Acción por el clima	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	Logística sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> Impacto ambiental del transporte. Reducción, compensación y mitigación de la huella de carbono. Contaminación por emisión de gases.
		Ecoeficiencia operacional.	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de emisiones de gases en el transporte de productos.
		Economía circular y consumo responsable.	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de productos amigables con el medio ambiente.
		Ecoeficiencia operacional.	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de energías alternativas en centros de trabajo (cambios en tecnología, transformadores, etc.). Consumo energético.
 Objetivo 15: Vida en la tierra	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de diversidad biológica.	Logística sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> Impacto ambiental del transporte. Reducción, compensación y mitigación de la huella de carbono. Contaminación por emisión de gases.
 Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones fuertes	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.	Protección de datos y ciberseguridad. Política pública.	<ul style="list-style-type: none"> Protección de datos de los clientes. Transparencia en la información y comunicaciones. Utilización de herramientas tecnológicas como relacionamiento con clientes y para compras (Apps). Hackeos en página o sistemas digitales.
		Ética y anticorrupción.	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de compromisos con los proveedores y trabajadores.
		Derechos Humanos.	<ul style="list-style-type: none"> Transparencia financiera.
		Ética y anticorrupción.	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de requisitos legales y financieros.
		Ética y anticorrupción.	<ul style="list-style-type: none"> Pago de impuestos para desarrollo del país. Atención de solicitudes en temas éticos.
		Cultura. Ética y anticorrupción.	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de la cultura y principios de sostenibilidad. Cumplimiento de la regulación vigente.
 Objetivo 17: Alianzas para los objetivos	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.	Inversión social.	<ul style="list-style-type: none"> Afectación a comunidades. Desarrollo de programas de inversión social en las comunidades cercanas a las áreas de operación de la compañía.

Cadena de suministro Sodimac



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



Respetamos los Derechos Humanos

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

Revisamos que estas estructuras de trabajo sean legítimas, asequibles y que dispongan de un procedimiento de actuación claro y conocido. En caso de que se presenten incumplimientos a la política y a los demás instrumentos que se tienen para la defensa y promoción de los derechos humanos, estableceremos las medidas pertinentes para ello. Se procede a la evaluación de cada caso y tomamos las acciones correspondientes dependiendo del grado de

vulneración y afectación. Ponemos a disposición de los afectados los mecanismos judiciales, extrajudiciales y no estatales correspondientes. Además, brindamos asesoría por parte de cada uno de los comités dispuestos para prevenir, remediar y mitigar los incumplimientos presentados.

Durante el año 2022, continuamos identificando y actualizando los riesgos en derechos humanos de toda la operación de la compañía. Esto con el fin de generar controles y formas de mitigación y prevención de la vulneración de los derechos humanos. Las áreas de Responsabilidad social y Riesgos se encargaron de esa tarea, asistiendo a las de Gestión Humana, Ambiental, Relaciones Laborales, Logística, Comercial y Mercadeo.

Para identificar los riesgos, consideramos los temas emergentes a nivel global, sectorial y local. De esta manera, pudimos realizar la actualización anual de nuestra matriz de riesgos y el fortalecimiento del proceso de debida diligencia. Este proceso nos permite dar cuenta de los impactos de nuestra operación y desarrollar un mecanismo de seguimiento para identificar los derechos y riesgos asociados.

Proceso de debida diligencia



También, trabajamos para difundir buenas prácticas con nuestros proveedores y compartimos a través de nuestro boletín digital mensual información relevante para la gestión de los derechos humanos en sus organizaciones.

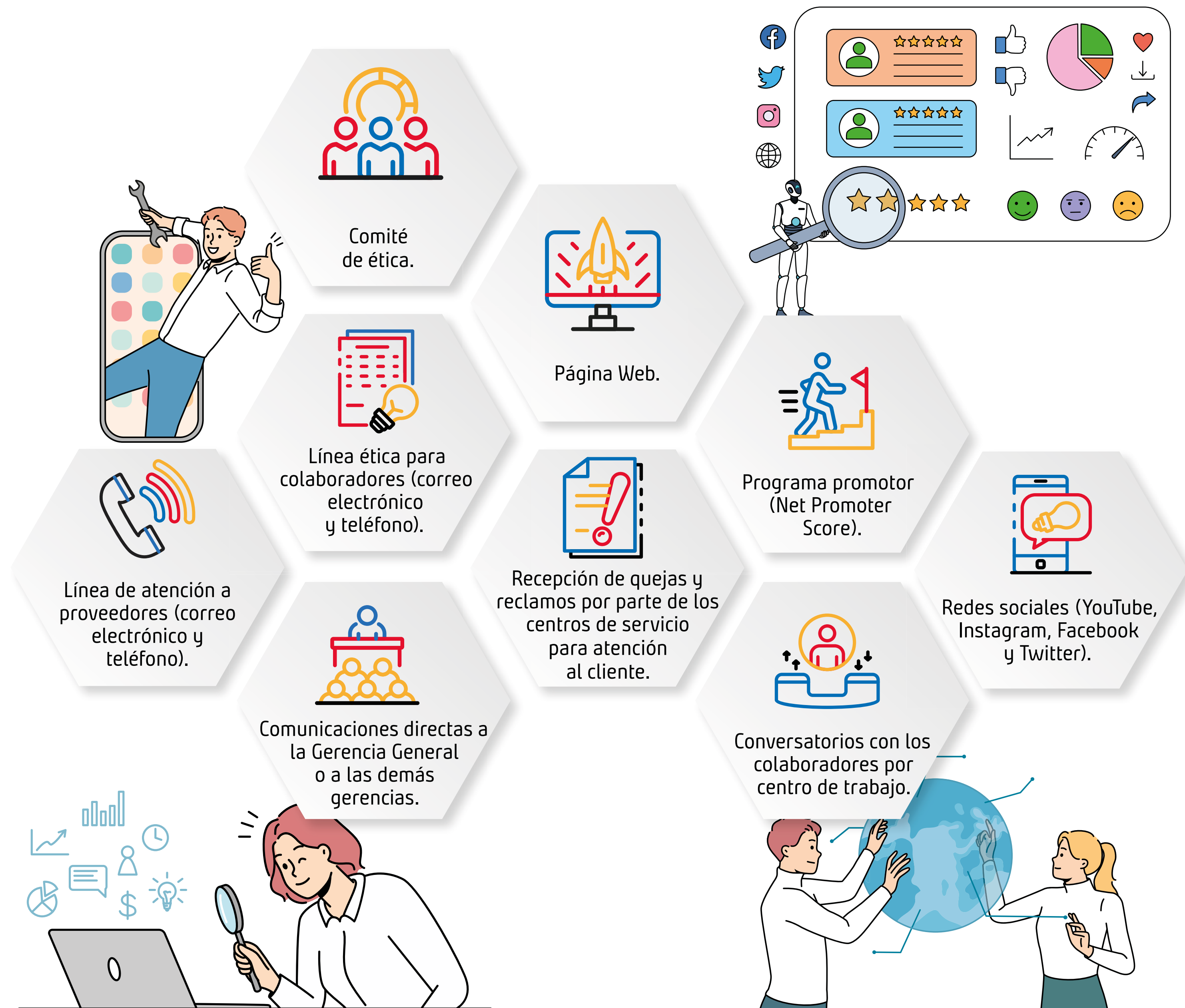
Para el año 2023 continuaremos trabajando en los temas de derechos humanos y el fortalecimiento del proceso de debida diligencia en nuestras 40 tiendas, 3 centro de distribución y la oficina de apoyo a tiendas. Además, seguiremos trabajando de la mano con nuestros grupos de

interés en el proceso de debida diligencia, con el objetivo de identificar impactos reales y potenciales e incorporar los indicadores generales para medir el avance en derechos humanos en las áreas priorizadas.

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

Dicho proceso nos permite dar cuenta de los impactos de nuestra operación junto con los derechos y riesgos asociados, y nos permite desarrollar un mecanismo de seguimiento para identificar el estado de cada uno de ellos y el avance que cada área competente estuviera realizando.

Nuestros mecanismos para atender o resolver cualquier incumplimiento a la política de derechos humanos, fueron fundamentales, tomando en cuenta la digitalización de los procesos.



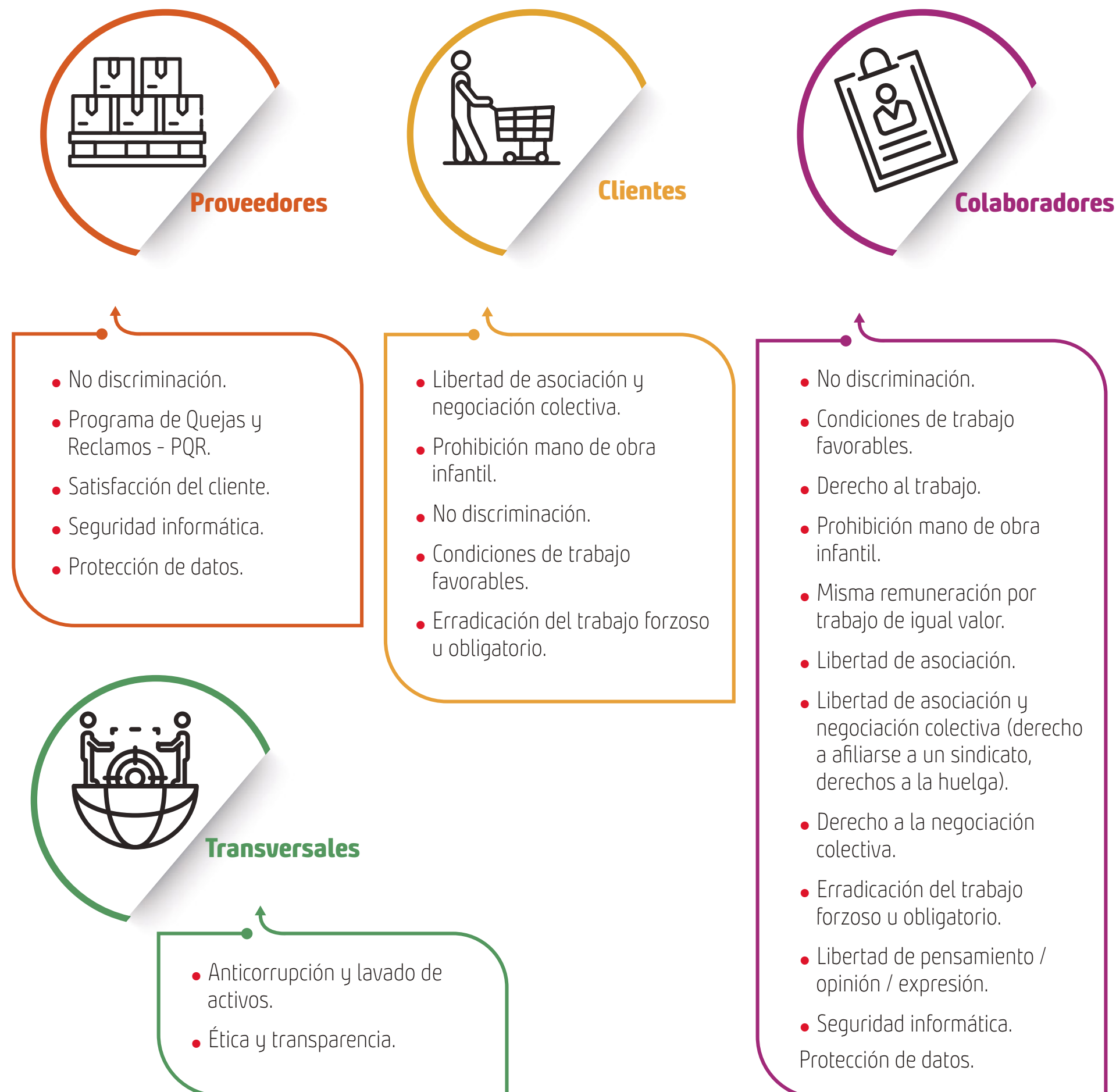
Los derechos humanos son un eje relevante para nuestra empresa, entendiendo que los clientes, colaboradores, proveedores y contratistas son sujetos de ello, por lo que impulsamos una atención desde la ética y ofrecemos servicios con transparencia.

Del mismo modo, reconocemos la importancia de nuestros proveedores, por lo cual cuidamos su libertad de asociación y negociación colectiva. Además, nos inte-

resamos por los derechos humanos de los colaboradores, velando por una misma remuneración, trabajo de igual valor, haciendo valer su derecho al trabajo y no discriminación. Prohibimos la mano de obra infantil y generamos condiciones para un espacio laboral óptimo sin discriminación. Así mismo, estamos a favor de los derechos de los clientes a través de propiciar seguridad informática, protección de datos y no discriminación.

Contamos con una matriz de derechos humanos, que

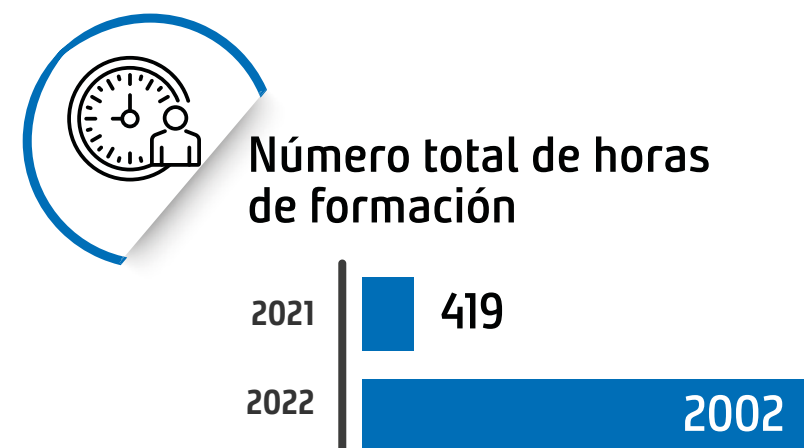
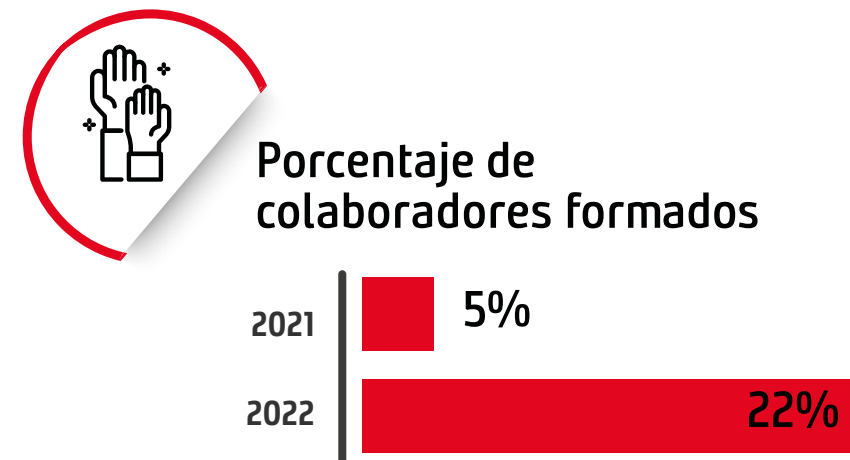
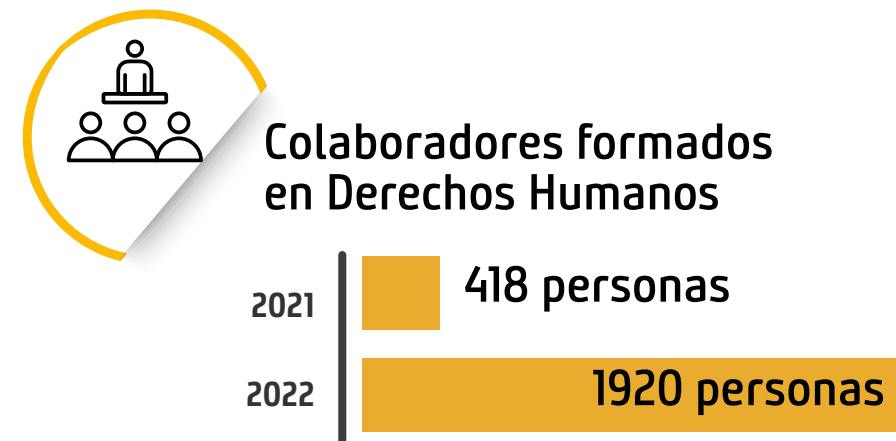
incluye a todos los grupos de interés y los responsables por velar por el cumplimiento de estos. Esto se ve representado en el proceso de las compras electrónicas, donde cuidamos la privacidad de los datos de nuestros grupos de interés y buscamos prevenir los ciberataques.



Grupo de interés	DDHH ASOCIADOS	Responsables
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Libertad de opinión y expresión. ○ No discriminación. 	Gerencia General.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> ○ No discriminación. ○ Servicio post venta. ○ Canales de reclamación. ○ Seguridad y salud del producto de cara al cliente. ○ Ética publicitaria. ○ Habeas data. 	Jurídica. Experiencia de compra. Experiencia de compra. Calidad y Seguridad y Salud en el Trabajo. Mercadeo y Jurídica. Seguridad de la Información.
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> ○ No discriminación. ○ Condiciones de trabajo favorables. ○ Derecho al trabajo. ○ Accidentes. ○ Prohibición mano de obra infantil. ○ Misma remuneración por trabajo de igual valor. ○ Libertad de asociación. ○ Libertad de asociación y negociación colectiva (Derecho a afiliarse a un sindicato, derechos a la huelga). ○ Derecho a la negociación colectiva. ○ Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio. ○ Libertad de pensamiento / opinión / expresión. 	Relaciones Laborales/Compensación y Beneficios.
Entidades del Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> ○ Derecho a participar en asuntos públicos. 	Jurídica.
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> ○ Derecho a la vivienda. ○ Derecho a un nivel de vida adecuado. ○ Derecho a la propiedad. ○ Derecho a la vida privada. ○ Derecho a la educación. 	Responsabilidad Social.
Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ○ Derecho a un suministro adecuado de agua. ○ Derecho a un entorno / aire limpio. ○ Derecho a un estándar de vida adecuado para la salud. ○ Derecho a la salud. ○ Contaminación, temas de incumplimientos. ○ Ley de empaques. 	Gerencia de Desarrollo y Proyectos.
Proveedores y Contratistas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Prohibición mano de obra infantil. ○ No discriminación. ○ Condiciones de trabajo favorables. ○ Erradicación del trabajo forzoso u obligatorio. ○ Reclamaciones. ○ Pagos. ○ Incumplimientos en contratos. 	Riesgos y Cumplimiento. Compras. Compras. Compras. Jurídica.

Capacitación a colaboradores en derechos humanos

Al igual que en años anteriores, en el 2022 continuamos realizando sesiones de capacitación virtual y presencial a nuestros colaboradores en materia de derechos humanos, responsabilidad social y temas ambientales. En estos espacios, dimos a conocer nuestra política y cómo cada una de las personas involucradas, desde el trabajo que hacen, pueden ser promotoras y defensoras de los derechos humanos. Además, en este espacio les damos a conocer sus derechos para que los hagan respetar en cualquier circunstancia, así como los canales dispuestos para comunicar situaciones donde se vulneren sus derechos.



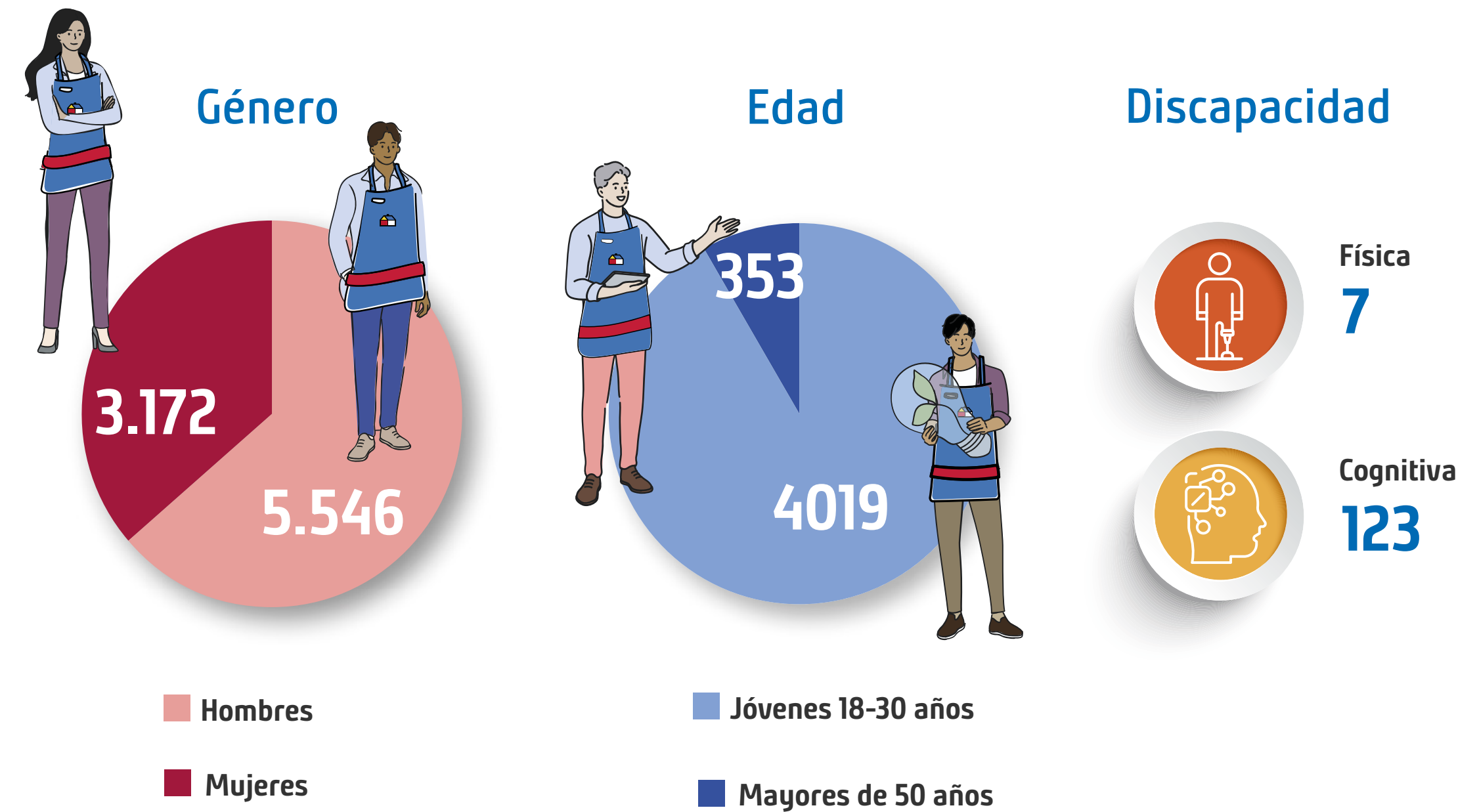
Diversidad, equidad e inclusión

Promovemos la diversidad, equidad e inclusión porque somos conscientes del papel fundamental que tenemos en la construcción de una sociedad más justa y con mayores oportunidades para todos. Nuestra Política de Diversidad, Equidad e Inclusión es transversal a todas las prácticas laborales y nos permite transmitir a nuestros colaboradores la importancia de mantener un ambiente diverso e inclusivo en nuestra compañía. Es así como esta política nos ha permitido establecer un marco de acción integral que garantiza el respeto por los derechos de todas las personas de nuestra comunidad al estar articulado con el Código de Ética, la política de Responsabilidad Social, la Política de Derechos Humanos, valores y cultura organizacional.

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

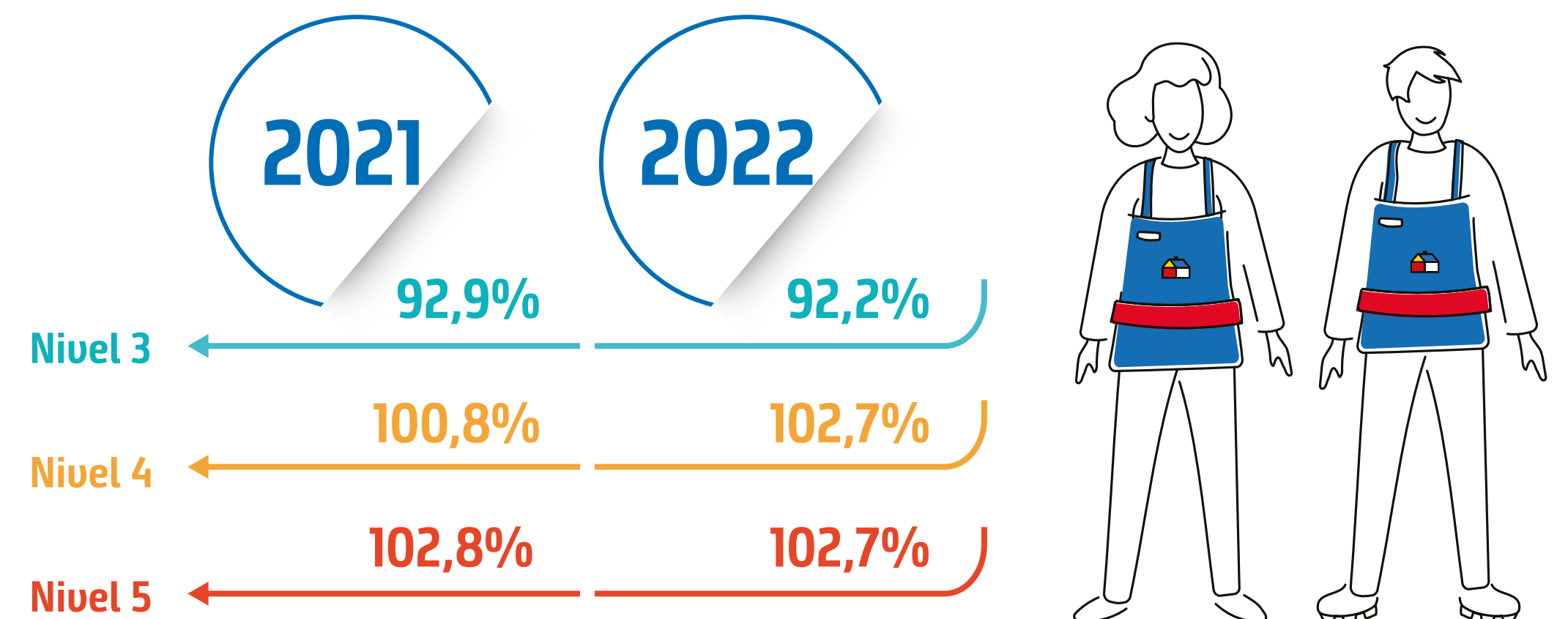
Enfatizamos en la transversalidad de este lineamiento con respecto a todos los programas, proyectos y procesos de nuestra compañía, teniendo de enfoque el marco de actuación para los siguientes temas:

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



Relación del salario entre hombres y mujeres

Nuestro compromiso con la equidad también se ve reflejado en la relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. No definimos los salarios por género, sino por responsabilidad e impacto de cada uno de los cargos.



Nuestro plan de acción en diversidad, equidad e inclusión

Durante el 2022, continuamos realizando cambios en nuestra estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión y trabajando de la mano con todas las áreas para establecer y trabajar en los temas relevantes con el fin de aumentar el alcance de nuestras iniciativas tanto internas como externas.

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

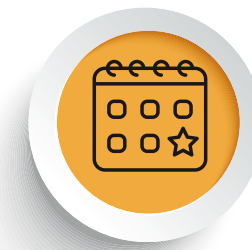
Por último, continuamos desarrollando programas, en alianza con organizaciones expertas en diversidad e inclusión, para ampliar nuestro conocimiento y generar conciencia sobre la importancia de trabajar en estos temas. Por esto, capacitamos a nuestras/os colaboradoras/es, rompiendo estereotipos y sesgos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

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

Algunas de las actividades realizadas:



Campañas publicitarias que sensibilizan a la población en temas de violencia de género y discriminación.



Celebraciones del día de la mujer y el hombre en el marco de la equidad, el día del orgullo LGBTQ+, el Día Internacional de las personas con Discapacidad, el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, entre otros.



Espacios de concientización a las y los colaboradores en temas como: masculinidades diversas, avances en derechos de la comunidad LGBTQ+, diversidad cultural, empoderamiento femenino.



Encuestas y diagnósticos para generar aprendizajes y procesos de mejora continua.



Espacios de capacitación virtuales y presenciales para evitar la discriminación y la violencia.



Espacios en los que las personas pertenecientes a la comunidad LGBTQ+ se expresen libremente.



Semana de la Diversidad

En el mes de julio celebramos nuestra primera #SemanaDeLaDiversidad con tres objetivos principales:

- Romper con el estereotipo de "diversidad es únicamente de género" teniendo en cuenta que actualmente hay alrededor de 8 tipos de diversidad desde la étnica hasta la funcional. Es por eso, que a través de los contenidos visuales y refuerzos quisimos educar y reforzar lo que significa vivir la diversidad.
- Reforzar el mensaje de #TuCasaLibreDeEstereotipos desde espacios virtuales y presenciales.
- Vivir la diversidad desde escenarios físicos y digitales que refuercen el mensaje del compromiso que tenemos como empresa de ser diversos e inclusivos.

Para esto, llevamos el mensaje de la diversidad a diferentes tiendas, contando con charlas y talleres presenciales sobre diversidad funcional, el romper estereotipos y dando a conocer temas de diversidad en política. También contamos con personajes importantes como Marcelo Cataldo presidente de Tigo, quien habló de la diversidad desde las empresas a través de un evento virtual en Workplace. Así mismo, las tiendas se apropiaron de la temática a través de las comparsas de la diversidad, en las que representaron las diferentes versiones de la diversidad.

En total, logramos impactar y promover la diversidad e inclusión en 400 personas durante esta semana, y un engagement aproximado de 30.39%.

Orgullo Sodimac

Habilitamos espacios de conversación abiertos, incluyentes y libres que permiten empoderar a las personas que viven su vida en diversidad para abordar este tema con su familia, círculo social e incluso en el trabajo. Para nosotros es importante que toda persona o empresa que esté vinculada con nuestra organización tenga claro que promovemos la diversidad y la inclusión. Considerando que estos hacen parte de nuestros valores, hemos aumentado el número de encuentros de conversación y aprendizaje en esta materia en los que han participado autoridades y personas expertas que nos ayudan a tener estas conversaciones a profundidad y sin tabúes con nuestros colaboradores.

Durante el mes de junio de 2022 llevamos a cabo la celebración del mes del orgullo en donde conmemoramos y visibilizamos la importancia de la inclusión de la población LGBTQI+. Esta celebración se llevó a cabo bajo la sombrilla de #TuCasaLibreDeEstereotipos por medio de la cual re-



forzamos la promesa de la empresa de ser una compañía diversa, equitativa e inclusiva, y brindamos herramientas prácticas y conocimientos a colaboradoras/es. Durante este mes, dimos a conocer testimonios para liberarnos de estereotipos y vivir sin miedo; compartimos los beneficios y auxilios de la compañía haciendo énfasis en aquellos que se enfocan en población o familias diversas; les dimos un detalle a los miembros de la comunidad LGBTQI+ agradeciéndoles por pertenecer a la familia Sodimac y reconociendo su valor dentro de la compañía y finalmente, contamos las acciones externas que se han realizado desde el área de Responsabilidad Social en la materia.

Con lo anterior logramos un total de 287 participantes en las actividades y un engagement aproximado de 37.33%, obteniendo un gran rendimiento en la campaña en Workplace. Además, escuchamos las inquietudes de los participantes, lo cual es relevante para nuestra compañía porque nos permite cumplir con el objetivo de hablar abiertamente y promover la tolerancia y la inclusión.

Campaña Cancha Libre de Estereotipos

Basados en nuestra creencia de que todas las personas merecen tener una casa digna, un espacio donde se sientan seguras, protegidas, tranquilas y puedan ser ellas mismas; vimos la oportunidad de abrirle un espacio desde nuestra línea de trabajo Tu Casa Libre de Estereotipos al mundo del fútbol, a raíz de lo que está sucediendo con las jugadoras de la selección femenina que se sienten discriminadas o rechazadas por ser mujeres.



80%

de las personas encuestadas reconocen a Homecenter como una marca que apoya y promueve la inclusión en el fútbol.



93%

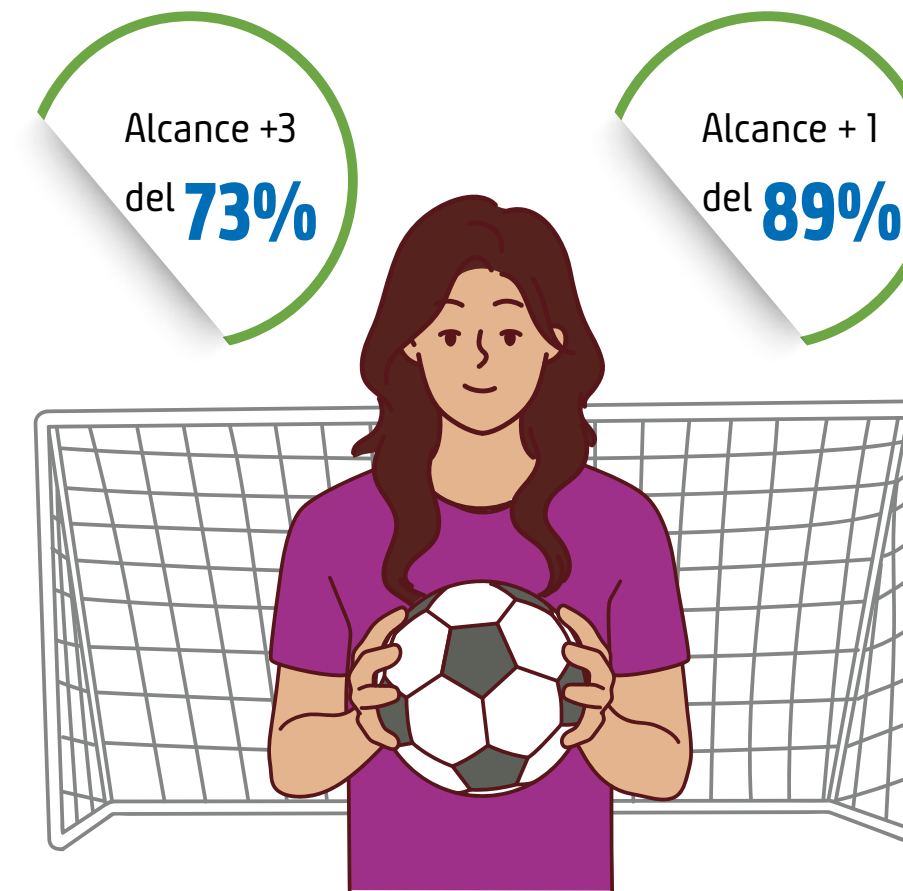
de las personas encuestadas confirman que les gustó mucho la campaña.



87%

de propensión a la compra posterior a ver la campaña.

Alcance de la campaña



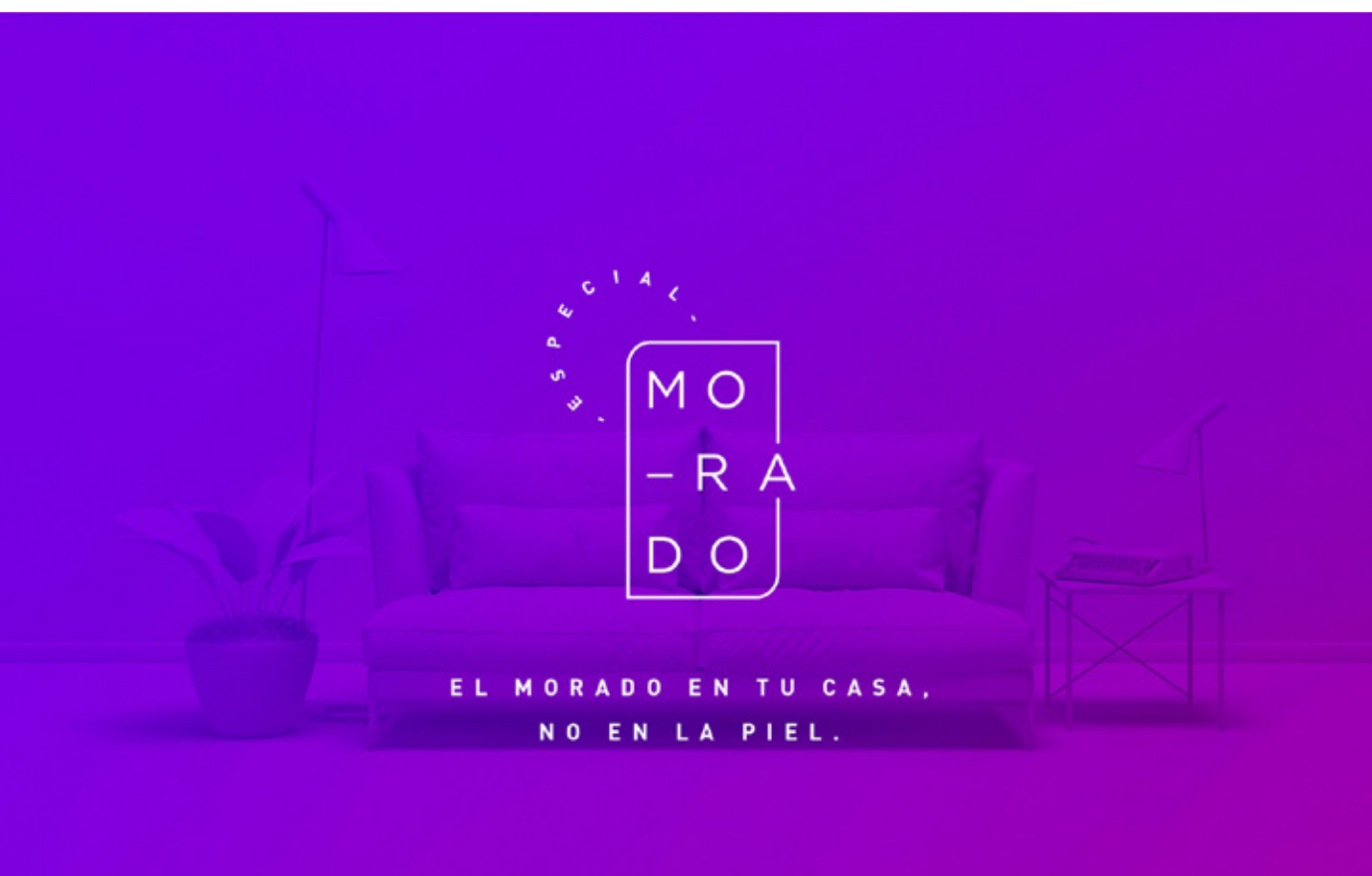
El fútbol dentro de estas estrategias es una herramienta para lograr un objetivo, es una pasión que no se acaba, pero que sí nos puede unir a todos. Lo más importante para que una empresa se involucre en el ecosistema del fútbol para crear modelos sostenibles, es tener la conciencia de que, usando ese medio, puede transformar los ambientes, no tanto a nivel cuantitativo, pero sí cualitativo, especialmente en materia de equidad de género.

Este proceso junto a la selección femenina de fútbol, nos llevó a conectar con niñas y jugadoras profesionales al conocer sus historias y el difícil camino que han recorrido para llegar a hacer lo que soñaron. Somos conscientes de nuestra responsabilidad de hacer que las canchas cada día le abran las puertas a los y las que quieran dedicarle su vida a este deporte, en igualdad de condiciones.

Mujeres conectadas

Durante este año lanzamos la primera edición de Mujeres Conectadas, un programa que nace para capacitar lideresas Sodimac y otorgar herramientas de crecimiento personal y profesional a mujeres jefes por parte de mujeres gerentes, fomentando así la sororidad y apuntándole a reducir el techo de cristal a largo plazo dentro de la compañía. A través de mentorías en parejas, las participantes trabajaron temáticas como solución de problemas; creación de marca personal y red de contactos; motivaciones, autodefinición y propósito de vida; cumplimiento de sueños y metas y manejo de conflictos. En total, las 20 mentoras y 19 mentees, realizaron un total de 57 sesiones y 47 horas de mentoría, logrando conexiones no solo profesionales sino personales que les quedan para toda la vida.





Campaña:

“El Morado En Tu Casa Y No En Tu Piel”

En el mes de noviembre, nos unimos a la conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer para nuevamente visibilizar la campaña “El Morado En Tu Casa Y No En Tu Piel” desarrollada en alianza con la Red Nacional de Mujeres y la aplicación ELLAS. Buscamos generar conciencia y difundir información importante sobre la violencia de género a través de medios propios y medios digitales, con los que podemos seguir promoviendo la sensibilización.

Del mismo modo, promovimos espacios de sensibilización en nuestros centros de trabajo donde compartimos información relevante sobre qué es la violencia de género y sus tipos, cuáles son los signos de alarma y qué hacer en caso de ser víctima, haciendo énfasis en los canales de orientación y apoyo. Difundimos también acciones para contribuir a erradicar la violencia de género con videos e infografías proporcionados por nuestro aliado Albenture, entendiendo que este es un tema al que todos podemos aportar desde la responsabilidad y las acciones del día a día.

Prevención del Acoso Sexual Laboral

Lanzamos la campaña #LasCosasClaras y la cartilla de Acoso Sexual Laboral con base en la encuesta realizada en el 2021 con apoyo de la herramienta ELSA (Espacio Laborales Sin Acoso) de la entidad Gender Lab y el Banco Interamericano de Desarrollo, que nos permitió generar conciencia sobre este tema y compartir la información sobre cómo prevenir y atender estos casos, reforzando siempre el mensaje de “En Sodimac el NO es NO”.

Esta campaña se realizó de forma virtual y presencial, haciendo uso de nuestro canal Workplace para visibilizar y educar sobre el tema y se reforzó con sensibilizaciones en los distintos centros de trabajo con apoyo del área de Gestión Humana.

Canales de atención:

- Línea Ética y Anticorrupción
lineaeticayanticorrupcion@homecenter.co
- Comité de Convivencia
comitedeconvivencia@homecenter.co
- Relaciones Laborales Homecenter
relacioneslaboralesgh@homecenter.co
- Gestión Humana de cada centro de trabajo



Mujeres en el sector de la construcción

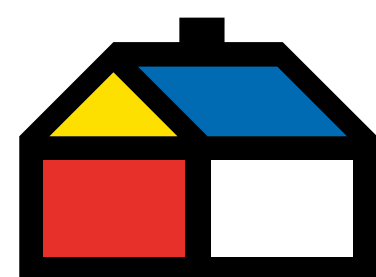
Uno de los mayores retos ha sido la equidad de género en un sector y en espacios que han sido histórica y culturalmente masculinizados, por eso con el propósito de reducir y eliminar todo tipo de discriminación hacia la mujer y buscando fomentar la equidad creamos iniciativas y programas con enfoque de género.

Durante el año 2022, organizamos un panel de inclusión y equidad de género en el sector de la construcción como parte de nuestra Gran Feria de la Capacitación Sodimac Colombia junto a la marca Constructor, con la colaboración de aliados de Sodimac Perú. Este evento contó con la participación de 4 expertos con conocimientos diversos sobre el sector y el director del DANE lo cual permitió contar con la data real de este sector.

Además, llevamos a cabo cursos a poblaciones vulnerables en cinco municipios del territorio nacional, en colabo-

ración con nuestra academia Constructor y la fundación Asodamas, trabajando en conjunto para incorporar la perspectiva de género, formando en total a 34 mujeres.

En el marco del programa “Yo Creo en la Construcción de mi Futuro”, capacitamos alrededor de 200 mujeres entre 18 y 28 años, quienes recibieron formación en cinco áreas temáticas del sector de la construcción en tres ciudades del país: Bogotá, Cali y Barranquilla. En Bogotá logramos certificar a 93 mujeres, parte de la ruta de formación y empleo para mujeres en el sector de la construcción, la cual es un éxito gracias al trabajo conjunto de aliados como empresas, agremiaciones, organizaciones de la sociedad civil y entidades distritales con experiencia en este tipo de iniciativas. Esta alianza no solo busca generar y promocionar oportunidades laborales, sino también mejorar la calidad de vida, evitar el empleo vulnerable y/o desigual y avanzar en la inclusión y equidad de género en el sector de la construcción.



Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Ética Empresarial

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

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



En Sodimac Colombia estamos comprometidos con el buen actuar para crear y mantener sólidas relaciones con cada uno de nuestros grupos de interés, siempre basadas en la confianza, la integridad y el respeto. Esto lo hacemos guiados por un sistema de gestión de ética empresarial, el cual cuenta con 3 pilares: honestidad, transparencia y cumplimiento de la ley.

Como empresa líder en el sector, buscamos mantener los más altos estándares de conducta por medio del cumplimiento de los lineamientos corporativos. Por ello, implementamos acciones de transparencia a lo largo de nuestra cadena de valor y hacemos explícito nuestro compromiso con la lucha contra la corrupción al igual que con la protección y el respeto de los derechos humanos.

Como parte esencial de nuestro sistema de ética y buen gobierno, comunicamos de forma periódica, clara y específica las pautas y las conductas de gobernanza que rigen nuestro desarrollo empresarial, al igual que nuestros esfuerzos para mitigar los impactos adversos que se puedan derivar de nuestros procedimientos y relaciones. Así, mantenemos al tanto a todos nuestros grupos de interés frente a los siguientes temas:

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

A lo largo de los últimos años, tanto nuestro Gobierno Corporativo como nuestro Sistema de Gestión Ética Empresarial, se han robustecido permitiéndonos avanzar y crecer junto a nuestros grupos de interés. Además, gracias a ello, hemos logrado implementar prácticas sostenibles desde el interior de la compañía que responden a las necesidades globales y sectoriales con el fin de generar

controles, formas de mitigación y prevención a los desafíos que se presentan en el día a día.

Junta Directiva

El órgano superior de gobierno corporativo en Sodimac Colombia es la junta directiva, la cual está compuesta por cinco miembros principales y cuatro suplentes para un total de 9 personas. Es importante destacar que todos sus miembros cumplen con un carácter no ejecutivo, y el presidente no es considerado como un miembro independiente, ya que es a su vez el actual presidente de la organización Corona, accionista mayoritario de Sodimac.

Los integrantes de la Junta se caracterizan por tener una amplia trayectoria tanto en la academia como en organizaciones de la sociedad civil. Esto brindándoles el conocimiento necesario para la toma de decisiones en materia económica, social y ambiental, temas estratégicos para la compañía. Adicionalmente, cuentan con experiencia en el sector financiero, comercial y de retail, siendo un aspecto que agrega valor a nuestra gestión, pues comprenden las necesidades del negocio y los retos a los que como

compañía nos enfrentamos en el mercado. Finalmente, destacamos sus habilidades de liderazgo, negociación, resolución de conflictos, comunicación e imparcialidad las cuales generan sinergia y se complementan entre los distintos miembros para el beneficio de la compañía.

Este importante órgano, realiza una autoevaluación anual con respecto a su desempeño y gestión, cuyos resultados se presentan en el informe a la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria.

Dentro de los criterios de evaluación se encuentran:

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

Basados en estos estándares, podemos observar el fruto del trabajo de la alta gerencia y la junta directiva en una estrategia que habilita al equipo de gestión para llevar a cabo un monitoreo regular y una revisión periódica de los principales objetivos a corto, mediano y largo plazo de la compañía, teniendo en cuenta su propósito central, visión y valores.

Además de lo anterior, es importante resaltar que la junta directiva dispone de tres comités de apoyo para llevar a cabo sus tareas:

- **Primero**, Comité de directores: compuesto por dos miembros, cumple la función de supervisar la gestión de la alta gerencia de la compañía.
- **Segundo**, Comité de Gobierno Corporativo: integrado por dos miembros, tiene como objetivo principal garantizar que la información pública de la empresa sea comunicada de manera oportuna y precisa a los accionistas y al público en general.



- **Tercero**, Comité de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad: compuesto por cinco miembros, tiene la importante responsabilidad de supervisar y evaluar la auditoría interna de la empresa, verificar los estados financieros, revisar el desempeño del Sistema de Gestión Ética Empresarial y asegurar el cumplimiento de los indicadores establecidos para la gestión de la sostenibilidad.
- **Cuarto**, Comité de Gestión Humana Integral: compuesto por 6 miembros, se encarga de revisar el talento de la compañía de primer y segundo nivel, los planes de desarrollo y sucesión, los esquemas de compensación ejecutiva y totales, y cualquier iniciativa que oriente a las mejores prácticas organizacionales y de capital humano.

Estos cuatro comités de apoyo son cruciales para el correcto funcionamiento de la Junta Directiva. Por esto, la experiencia y capacitación de cada uno de sus miembros, garantiza la supervisión y transparencia de los procesos que involucren el manejo de la información, la identificación y gestión de riesgos, así como la promoción de la sostenibilidad en la empresa.

Selección y Remuneración

La elección de los miembros de la Junta Directiva es responsabilidad de la Asamblea General de Accionistas, quienes seleccionan a los integrantes por un período de un año. Cabe destacar que los miembros pueden ser reelegidos sin límite de veces o removidos antes de que finalice su mandato.

A 2022, el 55.56% de los integrantes son de origen extranjero, lo cual permite contar con una visión global en la gestión empresarial, mientras que el 44,44% restante es de nacionalidad colombiana, lo que a su vez aporta experiencia y conocimiento del mercado local para cumplir los objetivos de la compañía. Para ser seleccionados, no solo se requiere que cuenten con una trayectoria profesional en el sector, sino que se exige que compartan y se comprometan con la visión, misión y valores corporativos de Sodimac Colombia.

Comunicación

En la actualidad, disponemos de canales de comunicación que conectan a nuestros grupos de interés con la Junta Directiva y que se alimentan constantemente de las líneas éticas, lo que permite un intercambio directo, transparente y eficaz de información.

En relación con lo anterior, los asuntos de relevancia son transmitidos a través de los canales establecidos por la compañía al Comité de Auditoría de la Junta.

Junta Directiva



Gestión de Conflictos de Interés

En Sodimac gestionamos posibles conflictos de interés a través de la definición de pautas y conductas establecidas en nuestras directrices, como el código de buen gobierno corporativo. El artículo 2 de este documento, indica que, en caso de surgir un conflicto de interés entre accionistas, directores o miembros de la junta directiva en relación a algún tema en particular, el involucrado debe abstenerse de tomar decisiones, recusarse e informar a la junta directiva según el procedimiento establecido.

Organización Sodimac Colombia

JUNTA DIRECTIVA

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



EQUIPO DE GERENCIA





Nuestros principios, instrumentos y herramientas

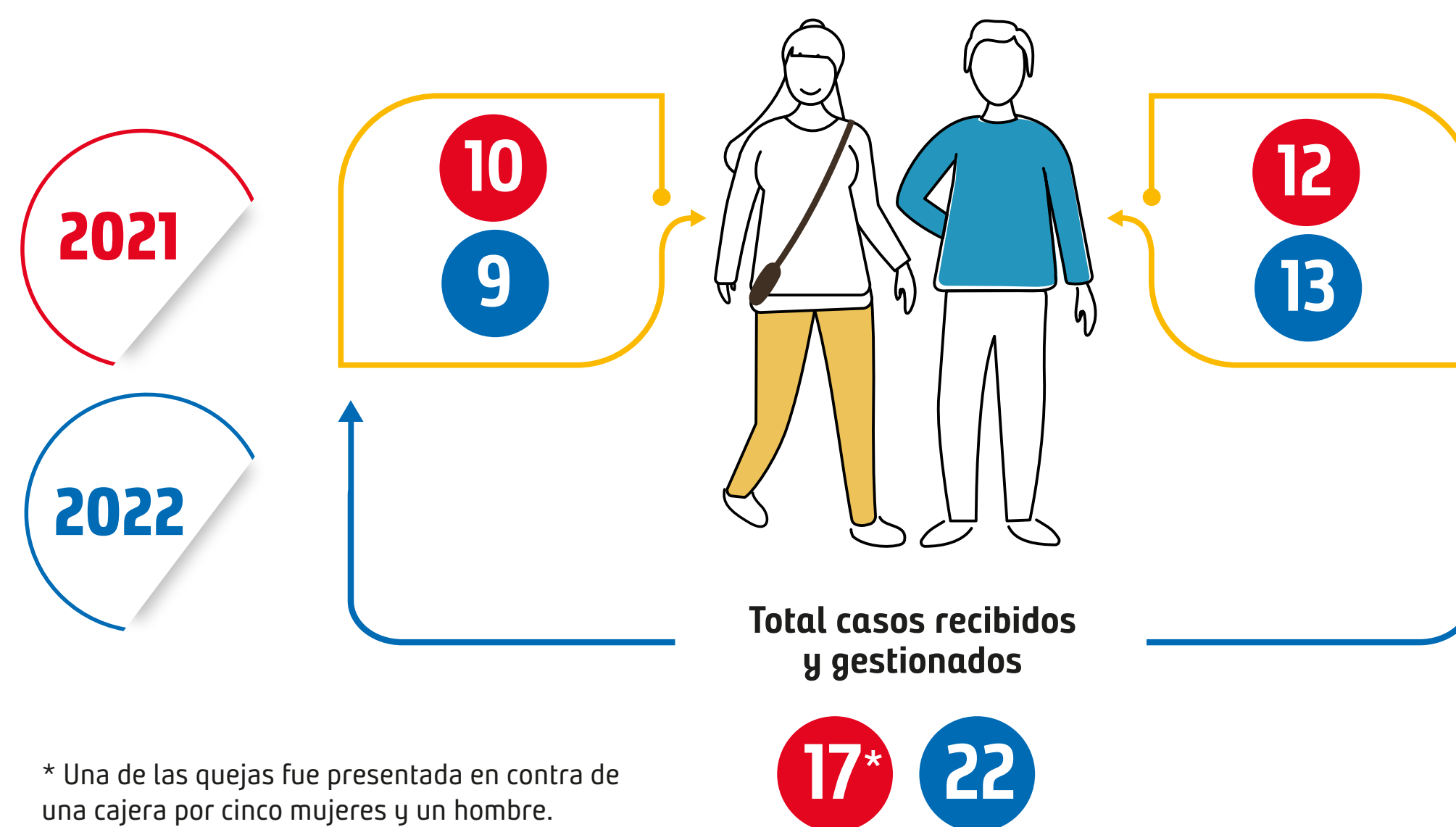
Nuestros vínculos con las partes interesadas están basados en los valores de integridad y ética empresarial, y como tal, hemos desarrollado una variedad de instrumentos y herramientas que nos permiten manejar de manera efectiva cualquier caso, actual o potencial, relacionado con estos principios para todos nuestros grupos de interés. Además, mediante el uso de estas herramientas, podemos guiar a nuestra cadena de suministro hacia la adopción de prácticas transparentes.

Comité de convivencia: compuesto por 4 representantes de la compañía y 4 colaboradores elegidos democráticamente, tiene como objetivo prevenir el acoso laboral y proteger a los empleados de riesgos psicosociales que puedan afectar su salud en el lugar de trabajo.

Dentro de las funciones del comité se incluye la atención confidencial de reclamos presentados, la escucha activa de las partes interesadas, la creación de espacios de diálogo para fomentar compromisos mutuos y una sana convivencia, así como la presentación de recomendaciones para el desarrollo efectivo de medidas preventivas y correctivas contra el acoso laboral. Además, el comité se compromete a mantener una comunicación directa y atender las solicitudes e inquietudes de los colaboradores a través del correo electrónico comitedeconviviencia@homecenter.co.

Código de Buen Gobierno: mediante este documento garantizamos un comportamiento adecuado de los accionistas, directores, administradores y altos funcionarios teniendo en cuenta que establece directrices para la prevención, manejo y exposición de conflictos de interés, la identificación de riesgos financieros, la supervisión del control interno y el cumplimiento de políticas de buen gobierno.

Casos de integridad y ética empresarial recibidos y gestionados



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



Herramientas para la gestión ética dentro de la empresa

En el año 2022 desarrollamos estrategias para difundir y comunicar nuestro código de ética a nuestros grupos de interés con el fin de alinearlos con nuestro marco de actuación y fomentar una práctica empresarial transparente e íntegra.

También emitimos una declaración en contra de la corrupción, extorsión y soborno, como muestra de nuestro compromiso con la transparencia y la integridad en todos los procesos de la compañía.

Por otra parte, contamos con medidas firmes en caso de que se presenten actos por parte de nuestros colaboradores que atenten contra la honestidad y transparencia, como la vulneración de controles, la falta de veracidad, la competencia desleal y el retiro no justificado de mercancías, entre otros. Teniendo en cuenta lo anterior, después de seguir el proceso disciplinario correspondiente, el comité aplicó sanciones y medidas administrativas en los 185 casos de infracción presentados en 2022. A continuación, en la siguiente página se presenta información detallada sobre cada uno de los casos.

Infracciones en temas éticos y medidas adoptadas 2022

185
Número total de infracciones

Faltas	2022	Medidas adoptadas
Suministrar información no veraz.	3	Acta de compromiso.
	5	Sanción.
	14	Terminación de contrato con justa causa.
	5	Suspensión.
	2	Terminación de contrato sin justa causa.
Conducta no adecuada: temas éticos.	14	Acta de compromiso.
	18	Sanción.
	7	Terminación de contrato con justa causa.
	3	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
	3	No se aplica medida disciplin. Por renuncia.
	1	Terminación de contrato sin justa causa.
Recibir propinas de clientes.	2	Acta de compromiso.
	8	Sanción.
	3	Terminación de contrato con justa causa.
	2	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
	1	Suspensión.
Retirar mercancía sin soporte válido de pago.	2	Sanción.
	11	Terminación de contrato con justa causa.
	2	No se aplica medida disciplin. Por renuncia.
Ocultar mercancía.	4	Sanción.
	1	Terminación de contrato con justa causa.
Recibir dadas transportadores.	1	Sanción.
	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
	1	Suspensión.
Realizar u ofrecer instalaciones no autorizadas.	2	Sanción.
	1	No se aplica medida disciplin. Se absuelve.
	1	Terminación de contrato con justa causa.
Hacer mal uso descuento empleado.	6	Sanción.
	6	Terminación de contrato con justa causa.
	1	Suspensión.

Número total de infracciones

2021 **111** 2022 **185**

Faltas	2022	Medidas adoptadas
No reporte oportuno de conflicto de interés.	3	Sanción.
Recibir dadas proveedores.	1	Sanción.
	1	Terminación de contrato sin justa causa.
Retirar mercancía para beneficio de terceros.	1	Sanción.
	3	Terminación de contrato con justa causa.
	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
Retiro bienes de compañeros de labor.	6	Sanción.
	1	No se aplica medida disciplin. Se absuelve.
	2	Terminación de contrato con justa causa.
	2	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
	1	No se aplica medida disciplin. Por renuncia.
	5	Terminación de contrato con justa causa.
Agresión física.	2	Suspensión.
	1	Sanción.
	1	Acta de compromiso.
Agresión verbal.	2	Sanción.
	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
	2	Suspensión.
Manejo de proveedores.	1	Terminación de contrato sin justa causa.
Trato irrespetuoso a compañeros.	6	Acta de compromiso.
	1	Sanción.
	1	Terminación de contrato con justa causa.
	1	Llamado de atención con copia a la hoja de vida.
	4	Suspensión.
	1	Terminación de contrato sin justa causa.
Trato irrespetuoso a jefes/coordinadores.	2	Acta de compromiso.
	1	Sanción.
Número total de infracciones	185	

Infracciones en temas éticos y medidas adoptadas 2022

Estas medidas se tomaron teniendo en cuenta que la disciplina y el compromiso ético son fundamentales para la construcción de una sociedad íntegra y libre de corrupción. Por ello, tienen como propósito fomentar y reforzar el compromiso con el buen actuar de cada una de las personas de la organización.

Defensoría del proveedor

Este mecanismo permite a los proveedores presentar sus quejas, reclamos o denuncias de manera segura y confidencial, y recibir una respuesta oportuna y efectiva por parte de la compañía, promoviendo la transparencia y la equidad en las relaciones comerciales, asegurando un ambiente justo y competitivo para todas las partes involucradas. Las condiciones se encuentran contempladas en nuestros manuales de proveedores y todos los requerimientos deben hacerse llegar al correo electrónico que aparece a continuación: defensoria-delproveedor@homecenter.co

En el transcurso de 2022 recibimos 57 casos, donde el 30% corresponden a solicitud de facturación electrónica, el 25% corresponden a reclamaciones por retraso en pagos y el 45% restantes corresponden a casos de solicitud y actualización de información, novedades en ordenes de compras, entre otros.

Defensoría del proveedor

Número de casos gestionados
2021 **35** 2022 **57**



Línea de proveedores

Contamos con una línea de proveedores que configura una herramienta esencial para mantener una comunicación clara, efectiva y transparente entre la compañía y sus proveedores, fomentando una relación comercial basada en la confianza, la ética y el cumplimiento de los compromisos adquiridos. Para gestionar de manera acertada y ágil contamos con los siguientes medios: la línea exclusiva de atención a proveedores en Bogotá: (1) 3077095 y el correo electrónico proveedores@homecenter.co

Defensoría de la competencia

En Sodimac reconocemos que la libre competencia contribuye al bienestar de nuestros clientes pues posibilita la diversificación de la oferta de bienes y servicios en el sector retail. Por esto, nuestra política sobre Leal y Libre Competencia, declara el firme compromiso que adquirimos hacia la promoción y el respeto a la superioridad de la ley y a las normas de competitividad, que guían el actuar de nuestros colaboradores.

En virtud de lo anterior contamos con un canal de atención de denuncias, referentes a posibles conductas inversas a la Leal y Libre Competencia por parte la compañía o de los colaboradores y creamos un mecanismo externo llamado el “Defensor de la Competencia”, donde los clientes, proveedores, competidores y/o contratistas, pueden comunicar sus reclamaciones a la cuenta de correo: defensordelacompetencia@homecenter.co

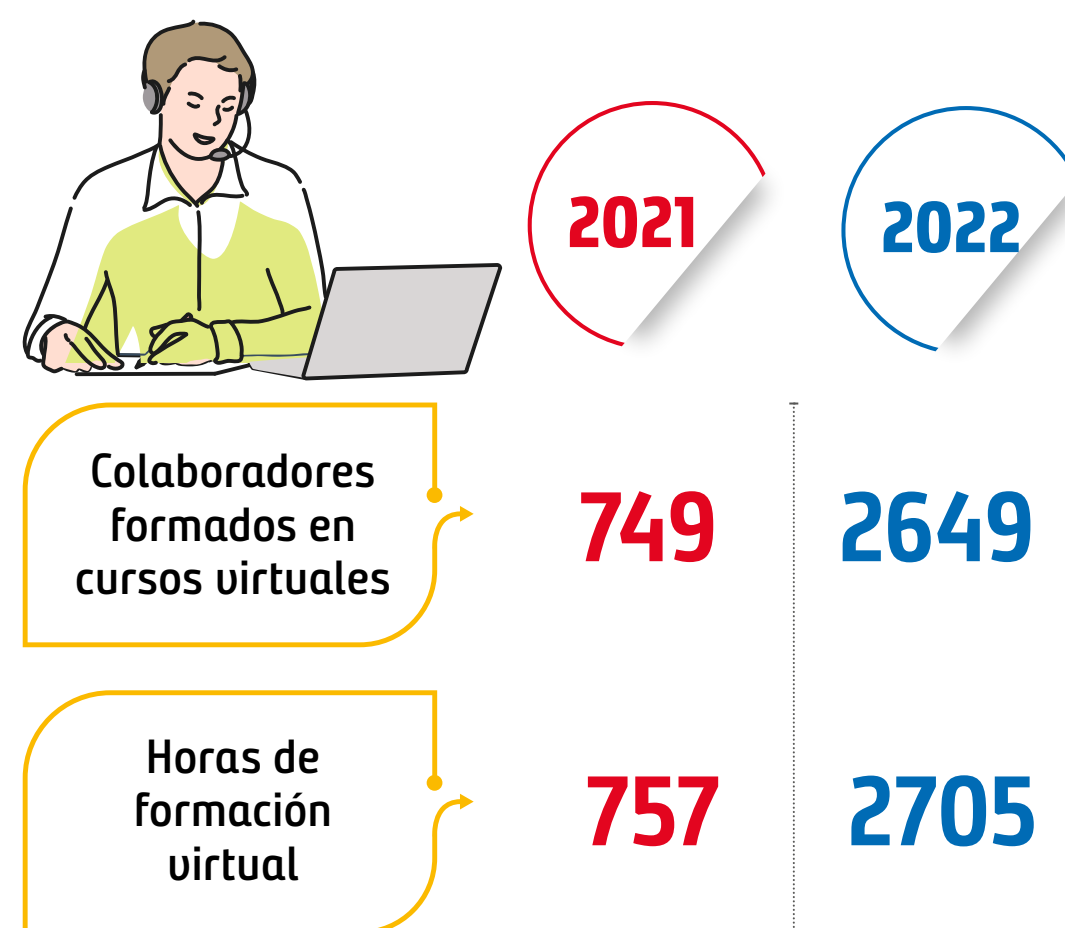
A través de este mecanismo se resuelven temas como:

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

Somos conscientes de la importancia de promover la libre competencia en el mercado y prevenir conductas inadecuadas que puedan afectar a nuestros clientes, proveedores y competidores. Frente a ello, trabajamos constante-



mente en la formación de nuestros colaboradores en esta materia, a través de cursos virtuales y otras herramientas de capacitación. Durante el último año, hemos logrado capacitar a un total de 2649 colaboradores en cursos virtuales, sumando un total de 2705 horas de formación en leal y libre competencia. De esta manera, buscamos garantizar que nuestras prácticas comerciales sean éticas, transparentes y respetuosas de las leyes y regulaciones aplicables, y que nuestros colaboradores tengan las habilidades y conocimientos necesarios para identificar y prevenir conductas inadecuadas.



Línea ética:

Contamos con un canal de comunicación confidencial y seguro que tiene como objetivo recibir, apoyar y solucionar denuncias de cualquier acto irregular o inapropiado que pudiera afectar a la empresa, sus colaboradores, proveedores, clientes, accionistas o a la sociedad en general, dicho objetivo se gestiona a través del siguiente correo: lineaeticayanticorrupcion@corona.com.co

Prevención y medidas de control en nuestros centros de trabajo

La integridad y el buen desarrollo del negocio son vitales, es por esta razón que contamos con órganos de control y un gobierno corporativo que promueve el logro de nuestros objetivos estratégicos apoyado en áreas de control como la auditoría interna. Esta área se encarga de revisar de manera independiente los procesos de gestión de riesgos y control, abarcando procesos de negocio, financieros, logísticos, recursos humanos, tecnológicos y de cumplimiento regulatorio.

Durante el año 2022, se revisaron 80 procesos de negocio y se acompañaron 40 tomas físicas de inventarios en las diferentes tiendas, logrando un cumplimiento del 100% del plan anual de auditoría. Estas cifras demuestran nuestro compromiso con la transparencia y el buen gobierno corporativo en todas nuestras operaciones diarias.

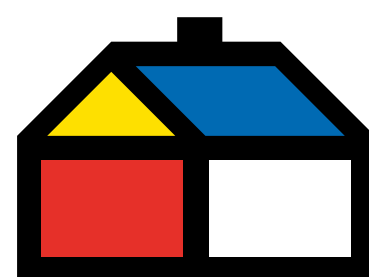
Además, todas las auditorías ejecutadas tienen planes de acción que buscan cerrar las brechas de control identificadas, y la auditoría interna se encarga de hacer seguimiento al cumplimiento de los mismos. Este esfuerzo constante nos permite fortalecer nuestra cultura ética y asegurar el buen desarrollo del negocio en el largo plazo.

Durante el año 2022, continuamos aumentando el número de procesos auditados con el fin de garantizar la calidad y sostenibilidad de nuestras operaciones. Hemos ampliado la cobertura de nuestras auditorías para incluir una variedad de procesos clave, como comerciales, logísticos, tecnológicos, financieros, de gestión humana y de cumplimiento, entre otros. En total, auditamos un número significativo de centros de trabajo durante el año, lo que nos permitió tener una visión completa de nuestras operaciones en diferentes áreas y asegurarnos de que cumplimos con los más altos estándares en términos de ética empresarial y sostenibilidad.

Igualmente, para proporcionar una visión más completa de nuestras operaciones, reportamos el número de procesos auditados y el número de centros de trabajo auditados. Además, hemos establecido planes de acción correctivos para abordar las oportunidades de mejora identificadas en las auditorías.

Entre los procesos auditados, incluimos visitas operativas a tiendas, concesiones y alquiler de herramientas, entre otros. Así mismo, auditamos bodegas y cubrimos temas como sistemas de información, gestión de inventarios, seguridad física y electrónica, y seguridad y salud en el trabajo, entre otros. Con estos procesos, estamos comprometidos a garantizar que nuestras operaciones sean éticas, sostenibles y socialmente responsables.

Número de procesos auditados	2021	2022
Tiendas (Auditoría - Inventarios)	40	80
Bodegas y Centros de distribución	5	7
Oficina de apoyo	36	37
Total	81	124



Mejorando la calidad de vida de nuestras colaboradoras

Sabemos que nuestros colaboradores son el centro de la operación y por ello desarrollamos y gestionamos programas que tienen como objetivo garantizarles una buena calidad de vida a cada uno de ellos al igual que a sus familias.

Durante este año trabajamos arduamente en programas de formación, en seguir comprometidos con el cuidado de la salud mental y física de nuestros colaboradores, ofrecer beneficios innovadores y digitales, brindarles oportunidades de crecimiento dentro de la compañía y seguir fortaleciendo nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión. Por esto, a lo largo de 2022 implementamos nuevos procesos digitales para brindar mejores experiencias a través de la hiperaceleración digital y la formación de líderes y otros miembros de la familia Sodimac para enfrentarse a las tendencias en materia tecnológica. Adicionalmente, seguimos aumentando las horas de formación para que nuestro talento se siga formando constantemente.

Finalmente, seguimos sumando esfuerzos por garantizar un balance de la vida laboral y vida personal de nuestros colaboradores y continuamos implementando estrategias, programas e iniciativas para mantener su satisfacción con la empresa y su trabajo. En este capítulo presentamos nuestra oferta de valor, única e innovadora, para cuidar nuestro talento y mejorar su calidad de vida.



Nuestro talento en cifras

Colaboradores vinculados a Sodimac

Indicador	2021	Hombres	Mujeres	2022
Total, empleados directos de la organización	8.364	5.546	3.172	8.718
A término indefinido	8.363	5.546	3.172	8718
A término fijo	1	0	0	0
Con jornada Completa	6.532	4.186	2.129	6315
Con jornada Parcial	1.832	1.360	1.043	2403
Administrativos		445	443	888
Operativos		2727	5103	7830
Trabajadores en misión (Temporales)	892	324	197	521
Vinculados a empresas contratistas	1.970	-	-	1869
Contratistas independientes	7	-	-	10

Distribución por región

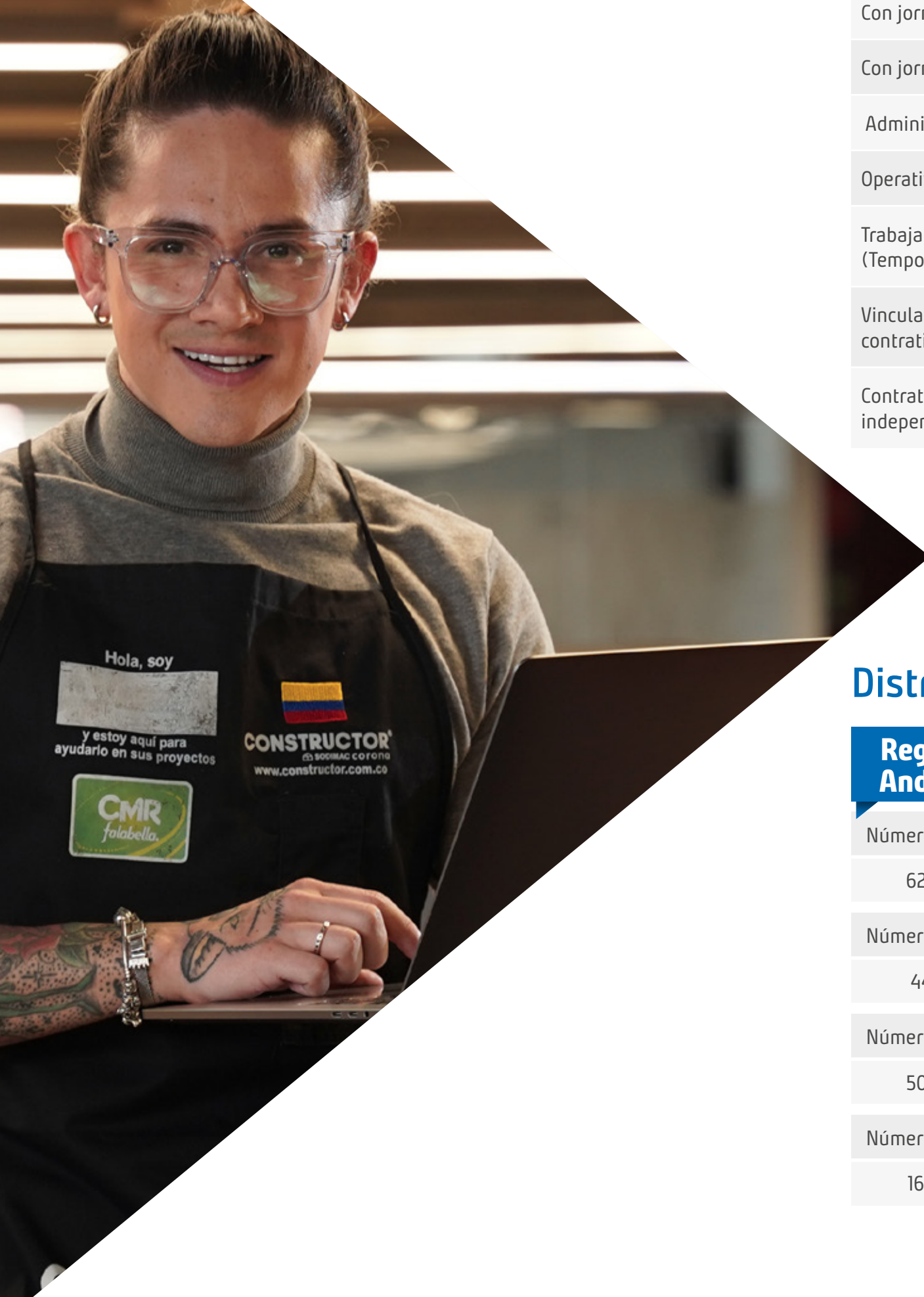
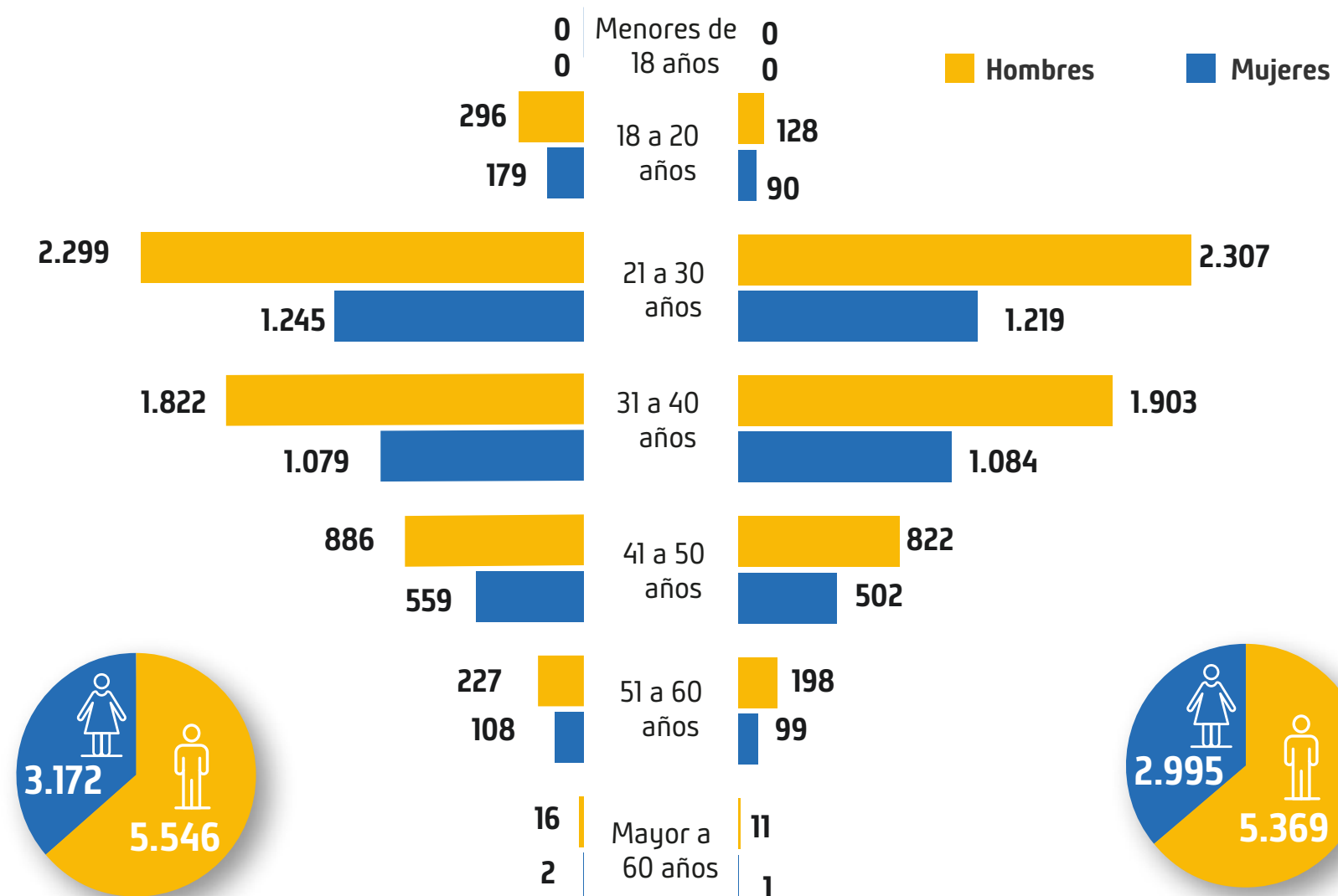
Región Andina	Región Caribe	Región Orinoquía	Región Pacífica	Total
Número de empleados directos				
6262	1333	284	839	8718
Número de empleados temporales				
444	24	12	41	521
Número de empleados tiempo completo				
5076	866	165	584	6691
Número de empleados tiempo parcial				
1630	491	131	296	2548

Salario

Salario mínimo mensual básico Sodimac	\$ 908.600	2021
Salario mínimo legal mensual	\$ 908.526	
Salario mínimo mensual básico Sodimac	\$ 1.000.000	2022
Salario mínimo legal mensual	\$ 1.000.000	

Distribución por género y edad

% de personas próximas a jubilación (a 5 años de jubilarse) 2022 / 1,80% | 2021 / 1,58%



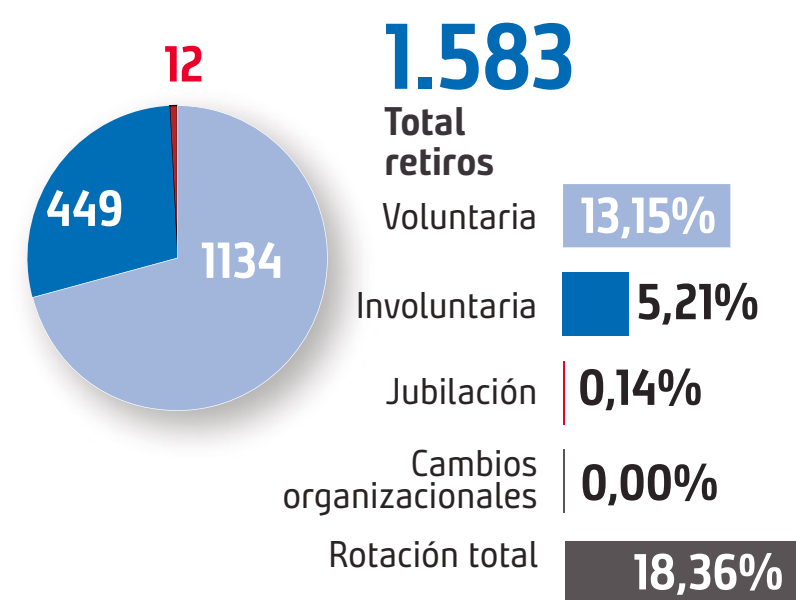
Generación de empleo:

Talento nuevo dentro de la compañía - Contrataciones

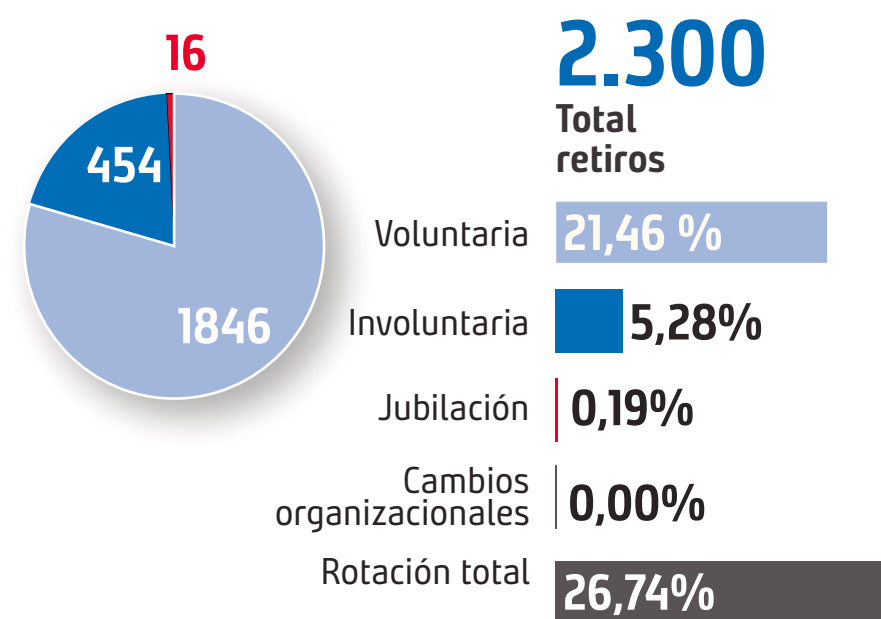


Rotación:

Rotación 2021



Rotación 2022



Todos estos datos corresponden a cierre de diciembre de 2022.



Comprometidos con la diversidad, equidad e inclusión

Somos conscientes de las grandes desigualdades y discriminación que existe en el país y en el mundo, al igual que de los cambios que podemos generar como compañía con el propósito de eliminar estereotipos en torno a diferentes temáticas. Es por esto que estamos comprometidos con brindar mayores oportunidades para todas las personas sin distinción de su género, origen y creencias para así hacer una sociedad más justa, diversa, equitativa e incluyente. Estos son algunos de los pilares que hacen parte de la compañía y durante el 2022 continuamos realizando acciones para promoverlos, entendiendo que las diferencias generan valor agregado y oportunidades para la innovación y la productividad.

Dentro de las iniciativas realizadas este año, destacamos nuestra primera semana de la diversidad en la cual logramos dar visibilidad a los diferentes tipos de diversidad: funcional, cultura, de género y de raza. Para ello, realizamos actividades en modalidad presencial como virtual y vinculamos a nuestras tiendas a nivel nacional para celebrar las diferencias. Igualmente, celebramos el mes del orgullo enfocándonos en reconocer a los miembros LGBTIQ+ de la familia Sodimac y en visibilizar nuestros beneficios para ellos. Por otra parte, llevamos a cabo la primera edición de Mujeres Conectadas, un programa que le apunta a romper el techo de cristal a través de la preparación del talento femenino de la compañía con mentorías entre mujeres gerentes y jefes. Por último, realizamos la difusión de nuestro Protocolo de Atención a Clientes Diversos, dándolo a conocer a lo largo de nuestros centros de trabajo con el propósito de brindar una atención adecuada y siempre respetando la diversidad de nuestros clientes.

Programa Manos Capacitadas

Dentro de las iniciativas que se destacan de nuestros programas de diversidad, equidad e inclusión se encuentra manos capacitadas, con el cual, desde hace 15 años promovemos el trabajo digno de personas en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial, de acuerdo a sus habilidades frente a las necesidades del negocio. En alianza con la Fundación Best Buddies, llevamos a cabo este programa con el cual no solo vinculamos a personas con discapacidad cognitiva a nuestros centros de trabajo, sino que les brindamos un acompañamiento integral como colaboradores Sodimac. Por medio de preparación laboral, oportunidades de crecimiento, participación en encuentros de Amigos del Alma y brindando un apoyo por parte del personal de la fundación y de la compañía garantizamos el bienestar de cada uno de ellos. Adicionalmente, involucramos a acudientes en el acompañamiento a través de encuentros, al igual que a los centros de trabajo, realizando sensibilizaciones para crear espacios seguros para nuestros Amigos del Alma.

A cierre de 2022, contamos con un total 123 personas en condición de discapacidad cognitiva vinculadas al programa y 7 en condición de discapacidad física, en 37 de nuestros centros de trabajo y esperamos a 2023 llegar a tener 135 personas vinculadas a nivel compañía.

Personas en condición de discapacidad cognitiva



Inclusión laboral para personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica

Conscientes de la amplia brecha de desigualdad socioeconómica existente en el país y entendiendo las oportunidades de desarrollo y crecimiento que como compañía podemos brindar, vinculamos a personas en condición de vulnerabilidad socioeconómica a nuestros centros de trabajo. Esto lo hacemos esperando que al ser parte de la familia de Sodimac puedan acceder a un trabajo formal y digno que les permita mejorar sus condiciones de vida.

Después de los efectos de la pandemia, durante el 2022 reabrimos el programa y aunque no cumplimos con la meta establecida de vincular a 70 personas, le dimos la bienvenida a 34 nuevos miembros de la familia Sodimac que cumplen con el perfil y que ahora hacen parte de 13 de nuestros centros de trabajo.

Para el 2023 esperamos vincular a por lo menos 2 personas por cada centro de trabajo logrando una meta de 70 personas en total.

2021 **7**
2022 **34**

416
Total personas en situación de vulnerabilidad 2013 - 2022



Mejorando la experiencia de nuestros colaboradores

Contamos con diversas iniciativas para que nuestros colaboradores y colaboradoras se sientan parte de esta gran familia.

Conexión mamás

Teniendo en cuenta las necesidades específicas que tienen los padres primerizos, desde Sodimac queremos acompañarlos en esta etapa. Por esto, contamos con la comunidad "Conexión mamás", dirigida a mamás y papás gestantes y lactantes la cual permite una interacción cercana durante este momento de vida para compartir información de interés, participar en talleres con expertos, intercambiar experiencias, ideas y consejos y crear vínculos de apoyo dentro de su ámbito laboral. Durante el 2022 contamos con 146 inscritas al programa de las cuales 81 son colaboradoras y 65 esposas quienes se beneficiaron de los diferentes encuentros y talleres virtuales por medio de Workplace.

Para el 2023 esperamos seguir dando a conocer esta comunidad para que cada vez más sean las madres que generan lazos durante esta etapa de su vida.

Inscritas Conexión Mamás



Comunidad Manda Sodimac y actividades pet Friendly

Conscientes de la relevancia que han tomado las mascotas en la vida de nuestros colaboradores al ser un miembro más de la familia, promovemos actividades "pet friendly" (amigables para mascotas) para todos nuestros centros

de trabajo y Oficina de Apoyo a Tiendas. Esto lo hacemos a través de nuestra comunidad en Workplace "Manada Sodimac", la cual en 2022 alcanzó los 1421 miembros gracias a un cambio de logo e imagen que permitió reposicionamiento dentro de la red social.

Creciendo al interior de la compañía

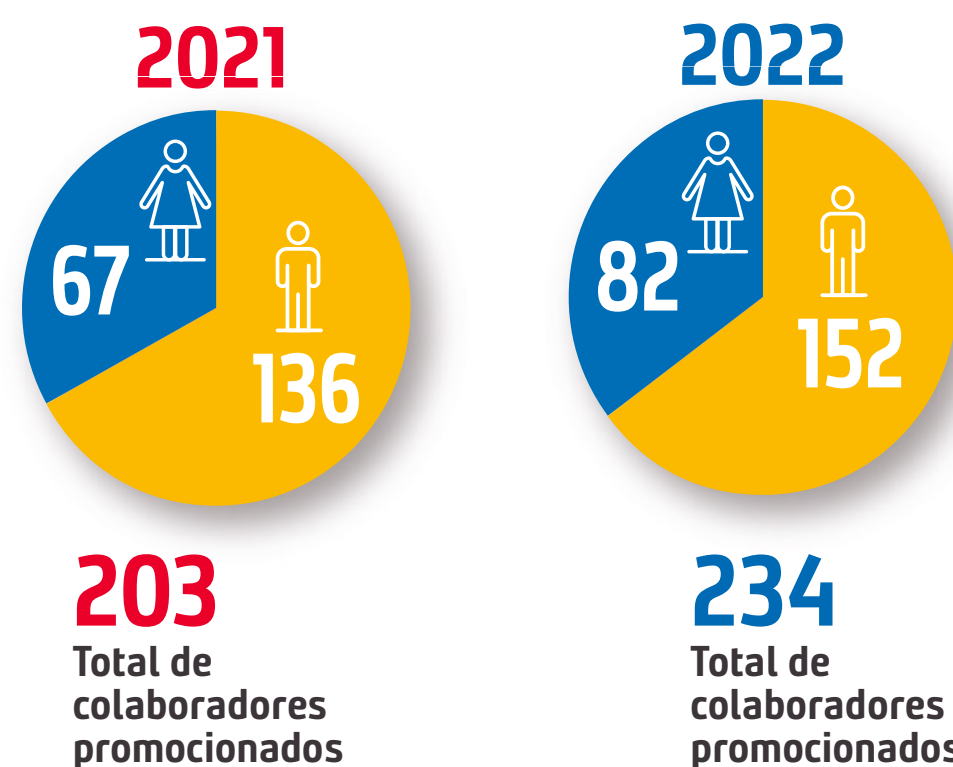
Reconocemos el talento, capacidades y esfuerzo de nuestros colaboradores por lo cual, les damos oportunidades para crecer dentro de la compañía con procesos de selección basados en nuestra Política de Diversidad, Equidad e Inclusión, evitando cualquier sesgo o discriminación para el proceso de selección del personal.

Es por ello que seguimos trabajando para que nuestros colaboradores tengan la posibilidad de crecer y fortalecer su desarrollo profesional, hemos desarrollado una estrategia de comunicación y atracción del talento interno denominada Juntos creciendo. Esta iniciativa se desarrolla en un espacio de nuestro ambiente de trabajo digital Workplace, y está pensado para visibilizar las oportuni-



dades de desarrollo que tienen nuestros colaboradores en Sodimac Colombia. El programa se creó para que todos puedan acceder de forma sencilla a las convocatorias internas, tengan interacción directa con las personas que administran las vacantes y registremos cómo nuestros colaboradores desarrollan su proyecto profesional. Desde que Juntos Creciendo fue lanzado en septiembre de 2022, se han publicado más de 200 concursos internos.

En el 2022 logramos un total de 234 colaboradores promocionados, gracias a las oportunidades de concurso que hemos abierto en nuestras sedes de trabajo a nivel nacional, en los cuales hemos tenido en cuenta los resultados de desempeño, antigüedad, preparación académica y concepto del jefe inmediato.



El mejor lugar para trabajar

Encuesta de clima laboral:

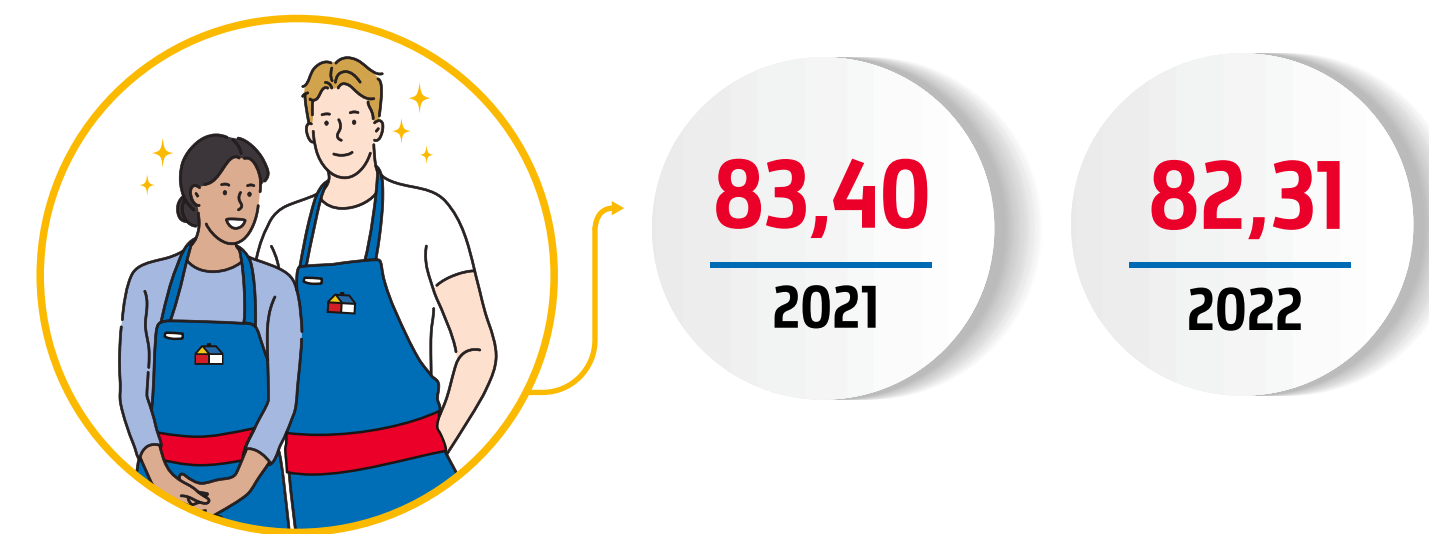
¿A quién no le gusta trabajar en un lugar donde se sienta feliz? Priorizamos la salud emocional de nuestros colaboradores pues son el motor de nuestro negocio y operación. Este año continuamos con la aplicación de la encuesta de Entorno Laboral y Salud Emocional, con la cual, desde la contingencia de la pandemia, conocemos la percepción del entorno laboral, la salud emocional y otros factores que influyen en la calidad de vida de nuestros colaboradores. Los resultados de dicha encuesta nos brindan luces para la creación de nuevas estrategias e iniciativas que velen y garanticen el cuidado de nuestro talento.

La encuesta está diseñada para abordar las siguientes categorías: demografía, percepción del jefe, percepción de la compañía, salud mental, manejo de estrés, fatiga laboral, camaradería, orgullo/sentido de pertenencia y home office. En cada aplicación revisamos la pertinencia de las preguntas e incluimos o modificamos lo que nos interesa medir de las personas. Una vez se hace la encuesta se revisan los planes de acción que se deben generar para el mejoramiento del bienestar de los colaboradores.

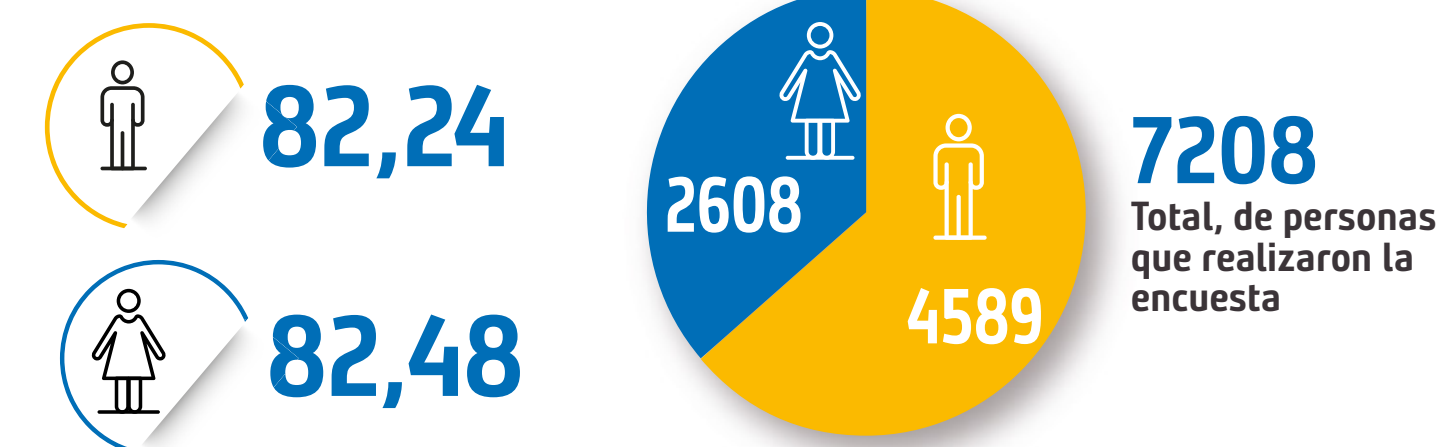
Se han realizado en total 5 mediciones a toda la población desde su lanzamiento: junio y octubre de 2020, mayo y noviembre de 2021 y mayo de 2022. Teniendo en cuenta los últimos resultados de la encuesta, continuamos a lo largo del año con los planes de acción tanto transversales como por sedes de trabajo con el fin de fortalecerlos, trabajando en los aspectos de salud mental, gestión de emociones, orgullo Sodimac y camaradería.

La compañía trabaja con un enfoque fuerte en temas de salud mental por lo que en 2020 se establece la Mesa de Salud Mental entre Desarrollo de Talento Humano, Comunicaciones y STT, con un enfoque de promoción y prevención, cultura y motivación. Esto lo hacemos con el fin de tratar los temas de salud mental de una manera conjunta y contundente.

Resultado de encuesta de clima laboral



Resultados por género



ENCUESTA DE ENTORNO LABORAL Y SALUD EMOCIONAL

YA PUEDES REALIZAR LA ENCUESTA

Estará disponible del 16 de Mayo al 30 de Mayo.

¡Contamos con tu participación!

Por otra parte, con nuestro programa Sanamente, trabajamos uno de los temas más críticos, el estrés general (asociado a la fatiga laboral) con nuestro aliado Albenture. En conjunto, contamos con nuestro programa Sanamente, en el que acompañamos y orientamos el manejo de la fatiga pandémica (balance vida laboral/personal; retomar hábitos saludables; estrés; entre otros). Durante el 2022 participaron un total de 1.059 colaboradores y familiares en este programa.



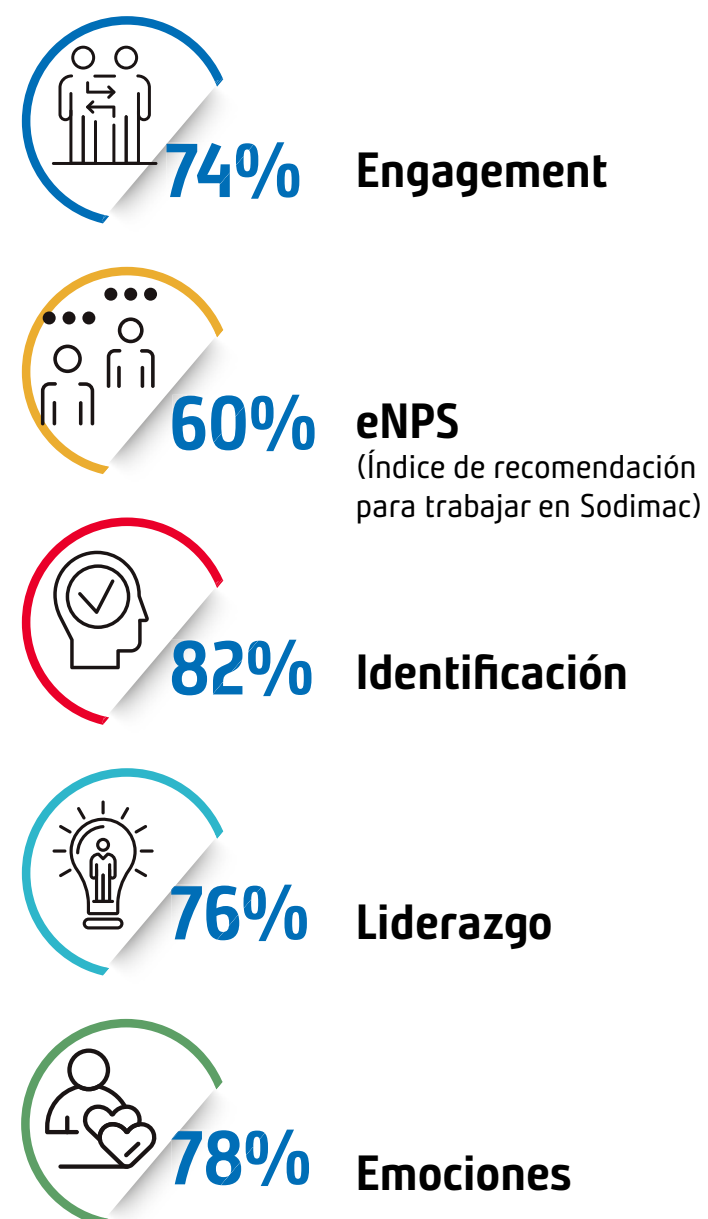
La escucha permanente de nuestra gente es prioridad: Encuesta de Cultura Sodimac 2022

Durante el mes de octubre participamos por primera vez en la encuesta regional de cultura que realiza el corporativo de Sodimac. Este ejercicio nos permite no solo mantener una escucha activa de nuestros colaboradores, sino también medirnos de manera comparativa con los demás países para aprender de ellos y compartir también buenas prácticas. Esta encuesta tiene dos grandes bloques de variables a medir:

- Dimensiones de cultura** – Son aquellas que como compañía podemos gestionar:
 - Alineamiento y comunicación.
 - Agilidad.
 - Desarrollo y empoderamiento.
 - Bienestar.
 - Buen trato.
 - Liderazgo (transversal a todas las dimensiones).
- Resultados claves** – Son aquellas que están relacionadas con estados internos de cada persona y que se dan como consecuencia de la gestión que hace la compañía de las dimensiones de cultura:

- eNPS (índice de recomendación para trabajar en Sodimac).
- Engagement (nivel de compromiso).
- Identificación con la organización.
- Emociones.

Resultados clave



En comparación al resto de países participantes, en Sodimac Colombia tuvimos la participación más alta de la región con un 91% y los resultados generales fueron muy satisfactorios.

Respecto al índice de recomendación (NPS) estuvimos 15 puntos arriba del promedio, siendo el país con mejores resultados en la región. Sobre el compromiso de nuestros colaboradores (o engagement), así como el grado de identificación que tienen nuestros integrantes con la organización, y las emociones de nuestro equipo, los resultados obtenidos nos ubicaron en el 3er lugar para cada una de las variables en mención. Y finalmente, en el indicador

de liderazgo estuvimos 1 punto por encima del promedio regional, posicionándonos en el 4to puesto.

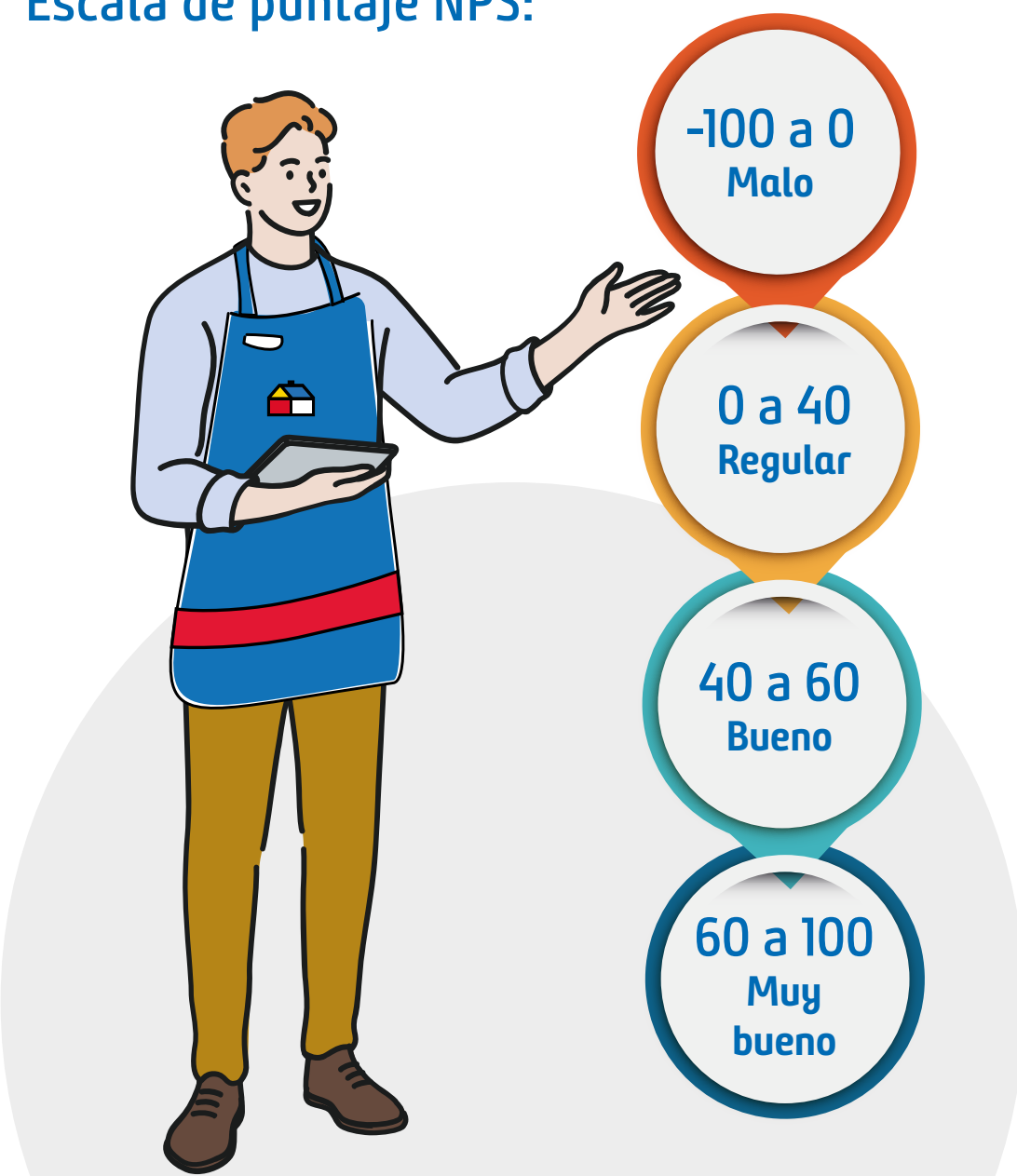
Los puntos de mayor fortaleza en referencia a las dimensiones de cultura están asociadas a temas de beneficios, motivación de los líderes para tomar decisiones con foco en el cliente y la manera ética en la que los líderes conducen el negocio.

Por otro lado, encontramos que las mayores oportunidades de mejora se encuentran relacionadas a temas de desarrollo y de bienestar, siendo la salud mental y emocional, el reconocimiento, y las oportunidades de desarrollo, el foco de gestión y del plan de acción para cerrar las brechas.

Employee Net Promoter Score (NPS INTERNO)

Nos preocupamos por nuestro cliente interno por lo que además de medir las percepciones del ambiente laboral,

Escala de puntaje NPS:



medimos la satisfacción de nuestros colaboradores a través del puntaje del Employee Net Promoter Score (eNPS), el cual representa cuánto los colaboradores recomendarían trabajar en la organización.

Es importante aclarar que este año el NPS se midió dentro de la encuesta de Cultura corporativa, a través de una herramienta diferente a la que se venía usando en años anteriores, debido a esto los resultados no pueden ser comparables.

Esta medición es 100% confidencial, en donde participó el 91% de la población y obtuvimos un NPS Interno de 60, siendo Sodimac Colombia el puntaje más alto de toda la región. Aun así, desarrollamos planes de acción teniendo en cuenta los aspectos a mejorar para así garantizar en el 2023 aumentar la satisfacción de nuestro cliente interno.

ZWAPP

Zwapp es la aplicación que lanzamos en noviembre de 2020 con la que reconocemos la labor de nuestros colaboradores de una manera diferente e innovadora, pues le da la posibilidad al colaborador de elegir su premio dentro de un portafolio, según sus intereses y necesidades desde su dispositivo móvil.

Con el fin de seguir potenciando una experiencia memorable y más digital a la hora de reconocer a nuestros colaboradores, buscamos constantemente fortalecer la oferta de valor que entregamos a nuestros colaboradores a través de la plataforma de reconocimientos y premiaciones Zwapp.

Desde 2021, Zwapp, nuestra plataforma de reconocimientos, nos ha permitido fortalecer nuestra oferta de valor para nuestros colaboradores en todas nuestras sedes de trabajo. Por esta razón, en julio de 2022 lanzamos una nueva funcionalidad en la app para promover hábitos saludables a través del uso de la bicicleta y premiar a aquellos que mayores recorridos hagan. Zwapp permite hacer el seguimiento a los recorridos en bicicleta, registra los kilómetros recorridos y con esta información generamos un ranking mensual de los colaboradores que más kilómetros recorren en el mes, quienes reciben puntos Zwapp.

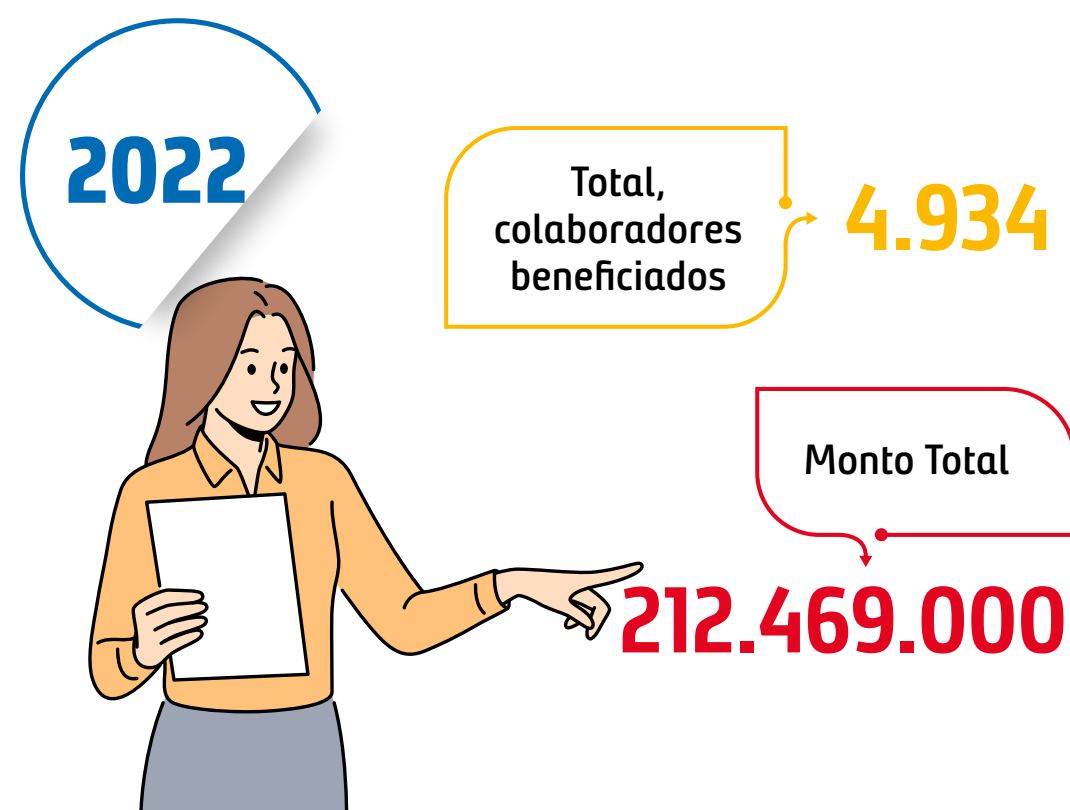
¡RECORDATORIO!

Puedes gastar tus puntos ZWAPP cuando quieras pero recuerda consumirlos antes que expiden.

Estos son comercios disponibles en Zwapp

BUENAS NOTICIAS
¡Nuevos comercios disponibles en Zwapp en Febrero!

Beneficios a través de ZWAPP



Desde el lanzamiento de esta iniciativa, 1031 colaboradores han registrado sus desplazamientos en bicicleta, sumando entre todos más de 41mil Kms en recorridos, contribuyendo así a una movilidad más sostenible, generando hábitos más saludables y recibiendo incentivos al hacerlo.

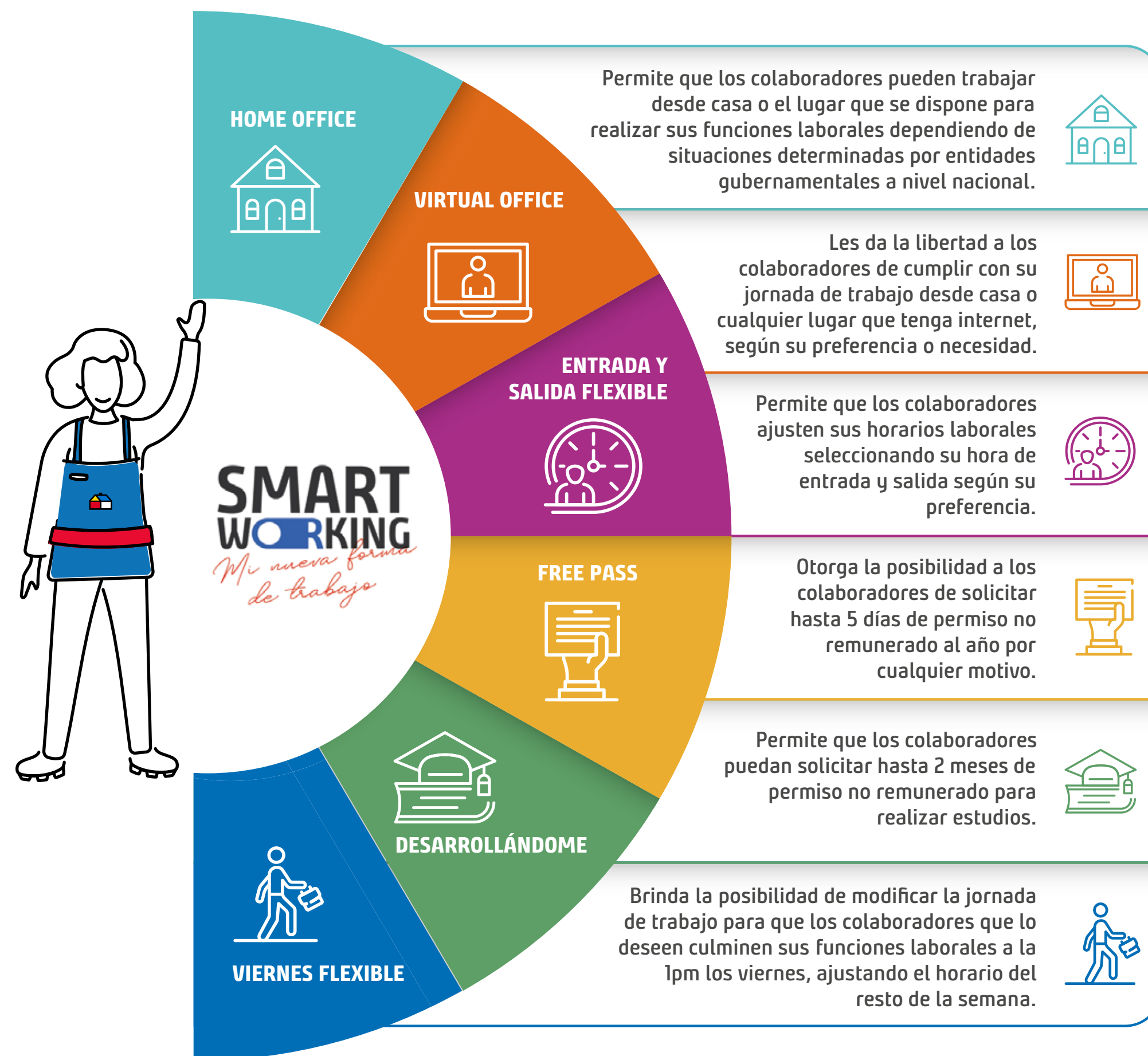
Actualmente contamos con 7.600 colaboradores activos en la aplicación. Hemos entregado más de 912mil puntos a los colaboradores, quienes han redimido y disfrutado más de 713mil puntos en 40 comercios que ofrece el portafolio de Zwapp en diversas categorías como mercado, cines, restaurantes, ropa, calzado, mascotas, entretenimiento, droguerías y recargas de celular.

Smart Working: nuestra forma de trabajo

Implementamos modalidades de Trabajo Flexible mejorando el balance vida – trabajo de nuestros colaboradores, con el fin de lograr una mayor productividad en la ejecución de sus labores sustentadas en la confianza y compromiso. Es por esto que en el 2022 seguimos bajo el esquema de *Presencialidad con Sentido*, en la que las oficinas se transforman en un espacio de co-creación, integración y colaboración. Los colaboradores que no tienen centro de trabajo o cuya dependencia es Oficina

de Apoyo a Tiendas, pueden cumplir con sus labores de manera remota asegurando la conexión y disponibilidad dentro de la jornada laboral brindándoles mayor flexibilidad y balance entre el trabajo y vida personal.

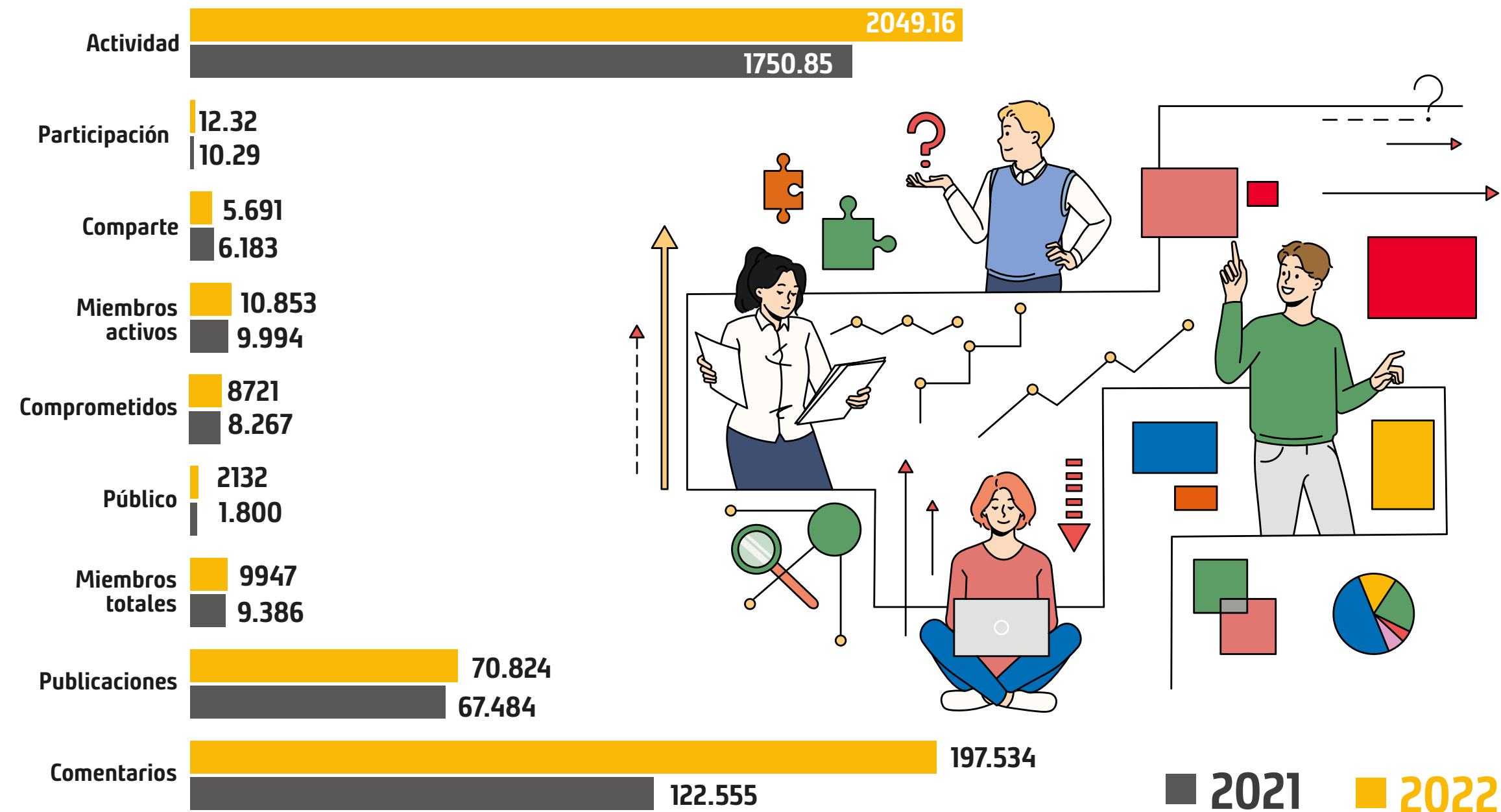
Este año continuamos trabajando en nuestra política de Smart Working por lo que realizamos su actualización y difusión para que todos los colaboradores que no tengan dependencia física de su lugar de trabajo puedan seguir disfrutando de los beneficios del Home Office, Virtual office, entrada, salida y viernes flexible, free pass y desarrollandome.



Workplace; nuestro ambiente de trabajo colaborativo digital

Continuamos usando Workplace como nuestro principal canal de comunicación entre nuestra familia y así mantener una conexión entre los miembros de esta casa.

Este año seguimos creciendo y mejorando el impacto a través de esta red:



Una nueva bienvenida para los nuevos colaboradores

Uno de los asuntos que más nos ocupó durante 2022 fue la experiencia de los nuevos colaboradores, para quienes rediseñamos una bienvenida en tres fases:

1. Previo a ingreso: nos aseguramos de que vivan una experiencia WOW durante su proceso de selección y contratación, manteniendo permanente contacto con nuestros candidatos hasta su fecha efectiva de ingreso y compar-

tiendo con ellos información relevante básica sobre la compañía y sus primeros momentos de vinculación.

2. Onboarding: buscamos asegurarnos de que el colaborador aprenda todo lo necesario sobre la compañía y sobre su nuevo rol, para lo cual nos valemos no solo del Plan de Entrenamiento, sino también de las herramientas virtuales en las cuales podrá desarrollar sus cursos obligatorios y conocer muchos aspectos clave y de interés sobre Sodimac. Es por ello que durante esta fase el cola-

Algunas cifras relevantes del nuevo proceso de onboarding:



borador navega nuestra nueva feria de inducción virtual, a la vez que es recibido de manera presencial para sus inducciones sincrónicas a la Compañía y con Seguridad y Salud en el trabajo, participa de un nuevo espacio presencial de bienvenida con nuestro Gerente General Miguel Pardo, le entregamos un kit de bienvenida rediseñado y lo acompañamos durante la ejecución de su Plan de Entrenamiento en el cargo, el cual incluye de nuevo las visitas a tienda y Cedis como parte del plan para conocer de primera mano la operación (iniciativa que por pandemia estuvo pausada durante los últimos años).

3. Follow up (seguimiento): Finalmente, aplicamos encuestas y desarrollamos actividades que nos permiten evaluar la experiencia de nuestros colaboradores durante su vinculación e ingreso a la compañía. Estas estrategias de evaluación incluyen encuestas, sesiones sincrónicas a manera de Focus Group un espacio de reunión con la Gerencia General, en el cual se retoman conceptos del proceso de onboarding y se escucha activamente el fee-

edback de nuestros colaboradores para generar acciones de corrección y mejora. Adicionalmente, como parte final de este proceso de acompañamiento a los nuevos colaboradores, 3 meses después de haber ingresado participan del taller "Escuchando tu voz en casa" con el que se pretende conocer cómo ha sido su proceso de adaptación y la experiencia de los colaboradores durante los primeros meses en Sodimac. Hemos realizado 2 sesiones en las cuales participaron 21 colaboradores y rescatamos algunos de sus comentarios:

- "Es un espacio importante en nuestro proceso de adaptación, con esta actividad, se siente el cuidado por los colaboradores, el apoyo y la escucha. Además, podemos conocer personas de áreas diferentes a la nuestra".
- "A veces el ingreso a un trabajo desde la virtualidad no es tan sencillo, estas actividades nos hacen sentir acompañados y más conectados con la organización".



Poniendo en acción el plan que desarrollamos para seguir brindando la mejor experiencia a nuestros colaboradores de la Hiperaceleración Digital

Para lograr la estrategia de la compañía alrededor de la Hiperaceleración Digital, se vuelve fundamental contar con el mejor talento que nos lleve al cumplimiento de los desafiantes objetivos. Para esto nos hemos enfocado en mejorar la experiencia de los 380 colaboradores que tienen incidencia directa en ella (Ventas a Distancia, Mercadeo, Sodimac Media, Tecnología y Cadena de Abastecimiento). Lo anterior, con el fin de asegurar que en todos los puntos de contacto que tienen con la empresa vivan momentos *WOW*, permitiendo atraer, desarrollar y retener a los mejores, y que nuestra cultura se apropie desde que la persona está en un proceso de selección hasta que finaliza su ciclo en Sodimac.

Teniendo en cuenta el viaje del colaborador de la Hiperaceleración que levantamos en 2021 a través del proyecto "Tu Experiencia de Trabajo HiperWow", identificamos aquellos momentos que representaban mayor fricción o malestar (momentos de dolor) para el colaborador en su interacción con la compañía; con este insumo realizamos talleres de cocreación e ideación para generar el plan de acción de cierre de brechas en la experiencia de este grupo de colaboradores.

Planteamos 60 "Quick Wins" que gestionamos de manera colaborativa entre las áreas de Formación, Desarrollo, Compensación y Beneficios, Calidad de Vida Laboral, Comunicaciones, Responsabilidad Social, Relaciones Laborales y Tecnología. A la fecha hemos alcanzado un 92% de avance en el cumplimiento de las acciones propuestas.

Redefinición del proceso de Onboarding



Hiper Learning

Iniciativa de formación digital autogestionada para potenciar los conocimientos de los equipos de la hiperaceleración.



Talleres de plan carrera

Juntos Creciendo: Estrategia para visibilización y posicionamiento de oportunidades de crecimiento y desarrollo en la compañía.

Te Presto mi Peto: Programa para que los colaboradores de OAT se acerquen y vivan los procesos de la operación.



Café con Gestión Humana:

Espacios virtuales con población OAT, para mantener cercanía y promover temas de Gestión Humana.



Embajadores de Gestión Humana

Representantes de las gerencias de OAT que nos ayudan a movilizar temas de Gestión Humana en las respectivas áreas y que también ayudan a canalizar con Gestión Humana posibles inquietudes de colaboradores.

Monitoreando el Engagement de los equipos de Hiperaceleración:

La experiencia positiva de nuestros colaboradores se traduce no solo en satisfacción para ellos, sino también en compromiso, cumplimiento de los retos organizacionales y fortalecimiento de la marca empleadora.

Este año realizamos nuevamente la medición de Engagement (Compromiso Organizacional), logrando resultados muy positivos, demostrando que las acciones e iniciativas desarrolladas han tenido un impacto relevante en la percepción de nuestros colaboradores.

Cifras relevantes de la Encuesta de Engagement 2022:

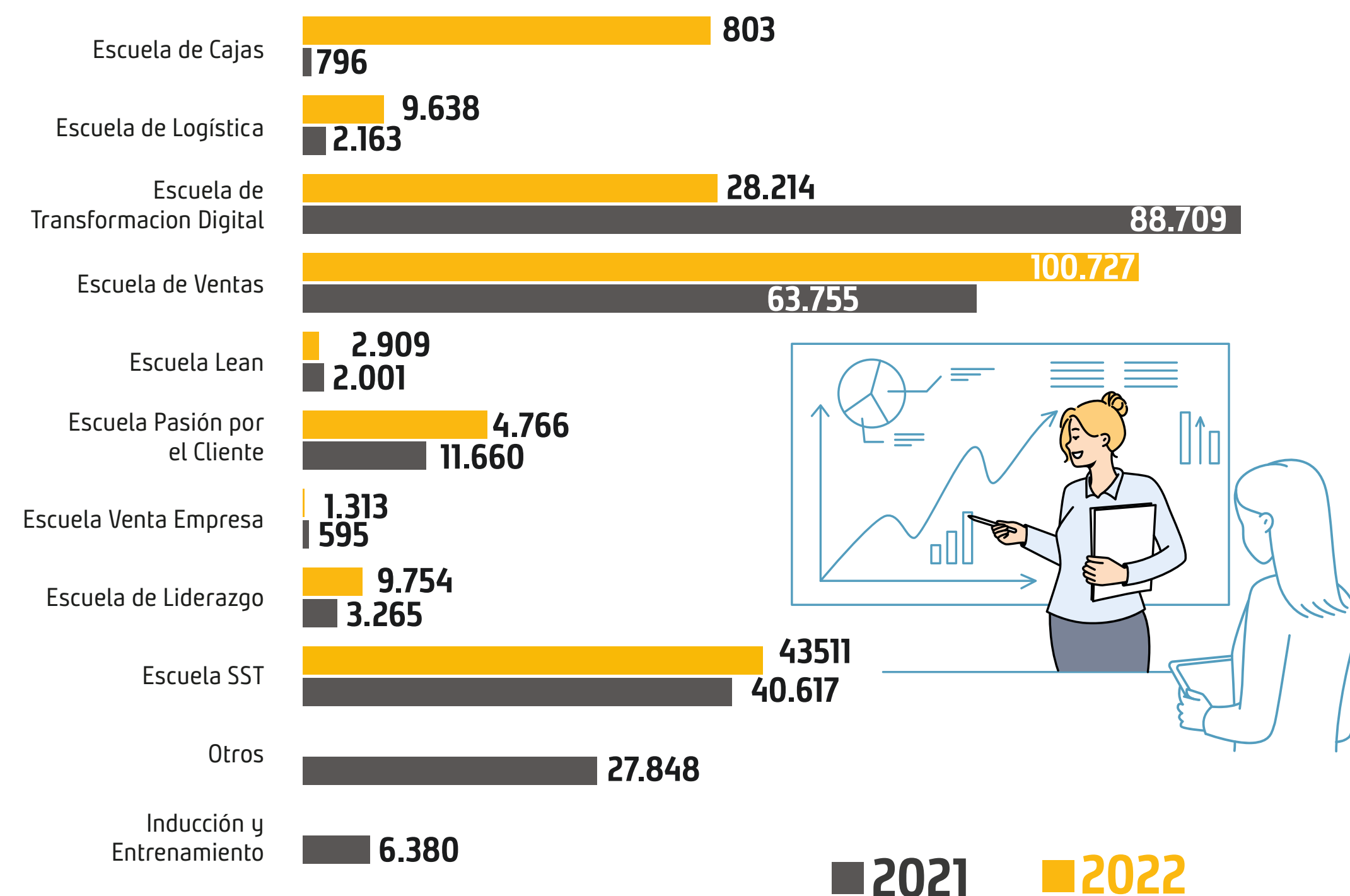
- Muestra: 315 colaboradores de las áreas de Hiperaceleración Digital – 87% de participación.
- Aumentamos dos puntos en los resultados generales vs. medición 2021 (91% 2022 vs. 89% 2021).
- Dimensiones que más aumentaron vs. 2021:
 - Experiencia del empleado (+5 puntos).
 - Innovación (+5 puntos).
 - Efectividad del líder inmediato (+3 puntos).



Desarrollar nuestras personas es prioridad

Sodimac vive una cultura centrada en el cliente, y para asegurarle la mejor experiencia, es indispensable desarrollar el talento de nuestros colaboradores. Es por esto que hemos enfocado los esfuerzos en capacitar a nuestros colaboradores desde la Escuela de Excelencia Sodimac invirtiendo un total de 222.666 horas de formación entre enero y diciembre de 2022, lo que significa que, en promedio, cada colaborador ha estudiado 26.4 horas en lo que va de este año. Pese a la situación de pandemia que atravesó el mundo y que incentivó los modelos de formación asincrónicos, poco a poco

hemos retomado las acciones de formación sincrónica (presencial o virtual) que a su vez han posibilitado retomar el contacto entre colaboradores y líderes en todos nuestros centros de trabajo. Prueba de ello, es que pasamos de un 73% de formación asincrónica en el 2021 a un 60% de formación asincrónica en el 2022, mientras que nuestra formación de tipo sincrónica alcanzó un 40% frente al 23% del año 2021. Con estas cifras evidenciamos el equilibrio entre la competencia digital y el interés de Sodimac por reencontrarnos después de dos años de Pandemia.



Media de horas de formación al año por empleado

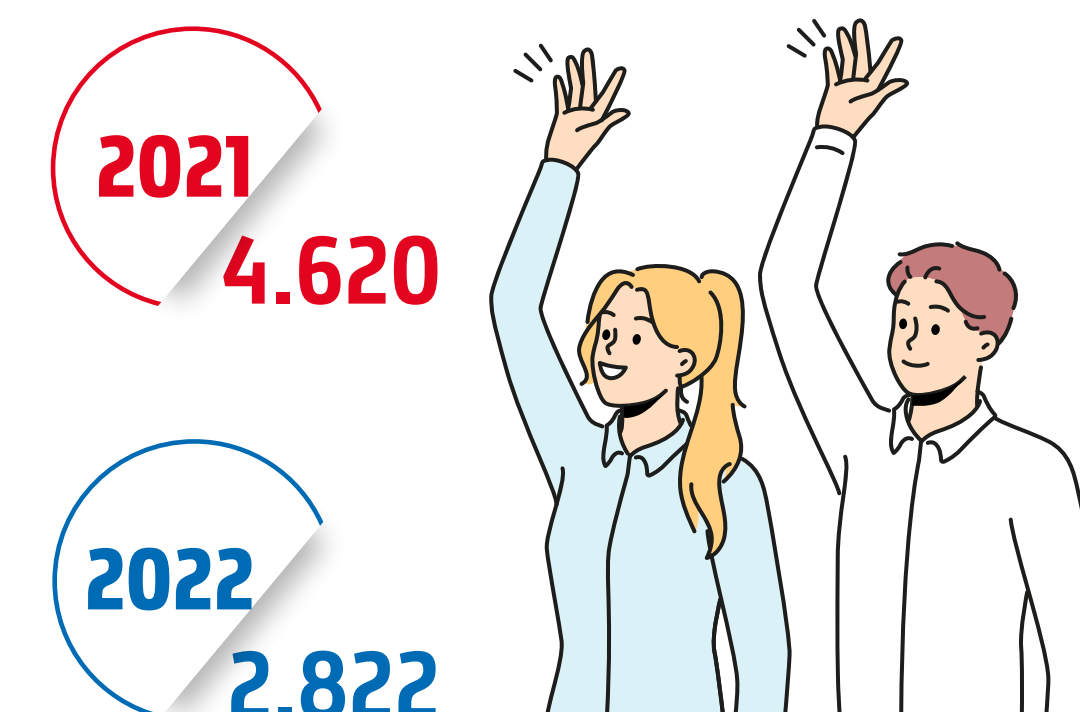
Medición	2021	2022	
Total, Horas de formación	NIVEL 0	157	1
	NIVEL 1	52	35
	NIVEL 2	1.233	2.294
	NIVEL 3	25.607	26.225
	NIVEL 4	28.743	18.222
	NIVEL OPERATIVO	191.997	175.888
	TOTAL, HORAS DE FORMACION	247.788	222.666
Total, empleados Formados	NIVEL 0	37	1
	NIVEL 1	5	3
	NIVEL 2	103	97
	NIVEL 3	1.087	978
	NIVEL 4	947	870
	NIVEL OPERATIVO	7.591	6.587
	TOTAL, EMPLEADOS FORMADOS	9.770	8.427
% DE COLABORADORES FORMADOS	99,2%	96,7%	
Promedio de horas de formación al año por empleado	NIVEL 0	4,2	1
	NIVEL 1	10,4	11,77
	NIVEL 2	12,0	23,65
	NIVEL 3	23,6	26,82
	NIVEL 4	30,4	20,94
	NIVEL OPERATIVO	31,0	26,70
Recursos invertidos en formación al año	1.476.620.786,0	2.805.185.683	
Recursos invertidos por empleado	151.138	270.197	

109 PERSONAS CAMBIARON DE CARGO: Nivel 3: 5 personas; Nivel 4: 28 personas y Nivel 5: 76 personas

Escuela de Ventas

Esta escuela está enfocada en formar a las personas de la base que día a día están en contacto con nuestros clientes. La oferta de capacitación para nuestra fuerza de ventas incluye formación en proyectos y también por segmentos de necesidad, cuya impartición se da bajo un modelo de formación de formadores, a través del cual capacitamos y desarrollamos a un equipo conocido como MOMO's o Monitores de Monitores. De esta manera aseguramos que el conocimiento baje en cascada a los más de tres mil vendedores y que aprendan de manera práctica e integral, no solo sobre un producto sino sobre un proyecto completo y según el segmento de cliente: carpintero, albañil, ornamentalador, pintor y drywall, electricista, plomero e instalador de gas y Especialista acabados. Con este enfoque de capacitación también ajustamos la forma de medir el impacto de la misma, de manera que desde el año 2021 migramos gradualmente varias de nuestras evaluaciones de conocimiento trimestrales (Cuestionarios Técnicos) al modelo de Segmentos, lo cual las hizo más integrales y retadoras para los diferentes equipos de ventas. Tanto en Cuestionarios Técnicos de Familias como de Segmentos, hemos obtenido resultados sobresalientes durante el año 2022, alcanzando una puntuación de 94.5% en los CT Familias y de 94.7% en los CT Segmentos en la última aplicación, diciembre 2022.

Participantes



Feria digital de conocimiento

Otra estrategia para apalancar la formación técnica de nuestros colaboradores es la Feria Digital de Conocimiento Técnico, una iniciativa que trabajamos desde Desarrollo de Talento Humano en colaboración con las áreas comercial, operaciones, servicios, marketplace y proveedores para los equipos de ventas de las tiendas a nivel nacional, Call Center, Venta Empresa y, desde este año, también nuestros Centros de Distribución. En 2022 la Feria se realizó en línea, a través de un portal en el cual los colaboradores pudieron navegar por stands y pabellones los contenidos multimedia organizados de acuerdo a los segmentos de necesidad de los clientes o los contenidos de interés para los colaboradores de los CEDIS. La Feria estuvo activa entre el 1 de octubre y el 30 de noviembre de 2022 e ingresaron en total 4.620 colaboradores.

Participantes



Diplomados

Además de la formación en proyectos y segmentos que responde a la estrategia comercial del negocio, trabajamos en una oferta de conocimiento más especializado por lo cual hemos realizado algunos convenios interinstitucionales para construir programas educativos a la medida de Sodimac y avalados por el Ministerio de Educación, que impactan de manera importante la operación, mejoran la experiencia de los clientes y retienen nuestro mejor talento. Es así como en el mes de junio de 2022 se graduaron 69 colaboradores en el Diplomado en Construcción de Obra Civil, con la Universidad Piloto de Colombia, con

quienes de forma inmediata se inició un nuevo ciclo con 110 nuevos estudiantes; además de esto, se encuentran en curso los Diplomados en Operaciones Comerciales, con 63 estudiantes, y Operaciones Retail con 31 estudiantes, ambos con el Politécnico Grancolombiano.



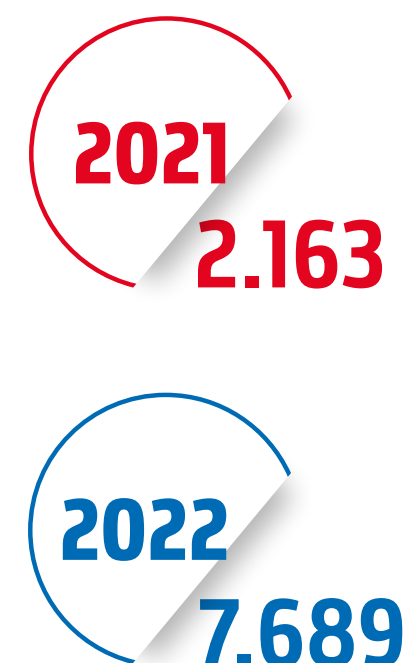
Escuela de Logística

Los Centros de Distribución (CEDIS) son el corazón de nuestra operación y nuestra Escuela Logística responde a las necesidades de conocimiento de la cadena de abastecimiento. Siendo así, en convenio con el Politécnico Grancolombiano desarrollamos e iniciamos un nuevo ciclo del Diplomado en Logística y la Tecnología en Logística, logrando alcanzar 35 inscritos en cada programa. Adicionalmente, hemos robustecido la malla curricular de dicha escuela a través de contenidos de formación principalmente virtuales que le apuntan a fortalecer el conocimiento de los colaboradores de CEDIS en sus actividades y labores cotidianas, alcanzando un total de 7689 horas de formación entre enero y diciembre de 2022, y un resultado en el Cuestionario Técnico Logística de 93.7% en diciembre 2022.

Destino U

En paralelo hemos trabajado en el *Reskilling* de nuestros colaboradores a través del relanzamiento del programa Destino U, una alternativa de capacitación que hace parte de la Escuela de Transformación Digital y a través de la cual todos nuestros colaboradores directos pueden acceder a un catálogo de más de mil cursos cortos en temáticas tan variadas como programación, Excel, liderazgo y muchas más. Con la actividad de relanzamiento de la plataforma en 2022, hemos alcanzado un promedio de 24 cursos por estudiante activo y un total de 32.235 horas de formación.

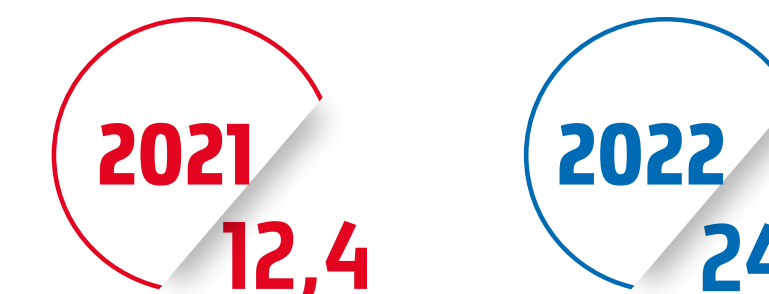
Número total de horas de formación



Escuela Digital

La Escuela Digital sigue implementando el programa Equipo Financiero a Otro Nivel (EFON) con el objetivo de desarrollar la transformación digital en las personas del área Financiera y Administrativa a través de aprendizaje asincrónico con Ubits. Hemos logrado una participación de 130 colaboradores de los equipos de las gerencias de Contraloría, Planeación Financiera, Seguridad Física y Electrónica, Tesorería, Administración y Compras y Medios de Financiación aplicando rutas y contenido de Retail Digital y administración y gestión del tiempo.

Promedio de cursos por estudiante activo



La Transformación Digital de Sodimac está soportada por los datos del negocio y de los clientes. Además de los esfuerzos por traer herramientas tecnológicas para visualizar datos, se hace necesaria la capacitación en la interpretación y toma de decisiones con dichos datos. Por eso dimos continuidad al programa de Data Literacy realizando algunos talleres virtuales enfocados en enseñar a interpretar los modelos de QlikSense que permiten visualizar las métricas de Sodimac del área comercial y

de operaciones, en los modelos Nodo de productividad y Comercial Retail. Se creó cápsula de capacitación denominada de milagros a logros donde se facilita información básica de data y análisis de datos para poner a disposición a todos los colaboradores Sodimac. Así mismo fortalecimos capacidades en agile y scrum permitiendo adoptar metodologías de trabajo que promuevan la mejora continua de los proyectos. En 2022 participaron en la Escuela Digital 5.355 colaboradores con un total de 39.240 horas de aprendizaje.

Número total de horas de formación

2021

88.709

2022

28.214



SODIMAC corona

Home of Devs

La era digital también ha provocado que todas las empresas estemos buscando el mismo tipo de talento, especialmente en desarrollo de software. Los desarrolladores de software se convirtieron en un perfil bastante demandado en el mercado y sabemos que debemos cultivarlo y fidelizarlo. Por tal motivo, este año realizamos el segundo grupo de personas participantes del programa interno de talento en tecnología denominado Home of Devs (Casa de Desarrolladores) que busca identificar y potenciar el

talento de los colaboradores que tienen bases de conocimiento en desarrollo de software aunque no pertenezcan al área de tecnología; con el fin de cultivar sus habilidades técnicas y que puedan hacer reconversión hacia el área de tecnología trabajando en proyectos de desarrollo de software.

En el 2022, participaron de manera voluntaria 26 colaboradores de distintas áreas de Sodimac quienes han recibido formación técnica asincrónica a través de Platzi en los lenguajes de desarrollo: Angular, SQL, NET, y Desarrollo para IOS y Android. De este grupo de colaboradores un colaborador pasó de auxiliar de corte a desarrollador de bases de datos de manera temporal por un año y un colaborador está realizando su proceso de práctica. A partir de enero de 2023 iniciarán también entrenamiento asincrónico en inglés.

Formación en Hiperaceleración digital

En el 2022 lanzamos el programa Hiperlearning, enfocado en potenciar la experiencia de formación de los equipos de la Hiperaceleración Digital, brindando capacitación especializada, autogestionada y a la vanguardia para las gerencias Comercial, Abastecimiento y Tecnología. El programa consta de 18 rutas de aprendizaje divididas en cuatro campos de conocimiento: E-commerce y marketing, BI y Data, Tecnología y Abastecimiento 4.0. Estas rutas se montaron y desarrollaron con aliados como Platzi, Coursera y Logyca, quienes pusieron a nuestro servicio sus plataformas. En el 2022, el programa contó con 165 estudiantes activos y 4.472 horas de formación.

Así mismo nos enfocamos en áreas que promueven el curso de la aceleración digital en Sodimac como Marketing y BI creando un programa de formación especializado que promueve el uso de las herramientas y metodologías de manejo y análisis de datos actuales. Dentro de los contenidos abordados de manera sincrónica se encuentra Adobe Analytics, Sales Marketing Cloud y de forma asincrónica otorgamos licenciamiento de Platzi donde se aborda contenidos de Power BI, Machine learning, analítica de datos,

estadística, entre otros contenidos y rutas seleccionadas de acuerdo a la especialidad y necesidad de formación de cada integrante. Actualmente el 100% del equipo de Marketing y BI ha obtenido certificaciones según su área de especialidad.

Vamos más allá en la transformación digital

En este mismo sentido 3 Gerentes del equipo de Marketing tomaron un diplomado especializado en transformación Digital para la Alta Gerencia.

En paralelo hemos incentivado la participación a ferias y espacios con expertos y consultores internacionales que permiten dar a conocer las mejores prácticas a nivel mundial en transformación digital. Para ello en noviembre de 2022 se invitaron 16 gerentes al Summit en Colombia cuyos temas se centraron en el panorama global de innovación y disrupción, negocios audaces, y nuevas reglas de negocio.

Nuestros líderes los que hacen que las cosas pasen

Teniendo en cuenta nuestro modelo de Liderazgo bajo el Modelo de Líder Smart, un líder que hace frente a las dificultades y las ve como oportunidades usando su visión de futuro, tiene al cliente al centro, tiene mentalidad de cambio, es colaborativo, co-crea con el entorno y se atreve a experimentar para ser más ágil. Por esto, contamos con la Escuela de Liderazgo y el taller "Atributos Líder Smart" con el que damos herramientas a nuestros líderes para fortalecer los atributos de liderazgo. El taller está dividido en 3 sesiones de la siguiente manera:

- **Taller mente:** En esta sesión se trabaja el conocimiento de los líderes tanto de su entorno como de las herramientas para liderar a sus equipos y enfrentarse a retos, por lo que se enfoca en los atributos: Tiene visión y co-crea con el ecosistema, es curioso y colaborativo, Toma decisiones y experimenta.



- **Taller cuerpo:** Teniendo en cuenta que un líder debe preparar su cuerpo, hábitos, comportamientos y relación con su equipo de trabajo, este segundo taller abarca los atributos: Es inspirador e influenciador, comunica y conecta, Desarrolla personas y sus ideas.
- **Taller emociones:** Para un líder es importante tener la capacidad de manejar asertivamente sus emociones para enfrentarse a momentos de incertidumbre y de esta manera alentar a su equipo de trabajo, es por esto que esta sesión está enfocada al atributo gestiona sus emociones.

Durante el 2022 se realizaron dos grandes ciclos durante los meses de febrero y marzo, en los cuales se cubrió el 50% de líderes de la compañía de los diferentes centros de trabajo que no estuvieron en el ciclo del 2021 y en el mes de octubre se formaron los líderes nuevos que ingresaron entre marzo y octubre del año en curso.

Ciclo Febrero y Marzo

Emoción 524 Líderes
Cuerpo 608 Líderes
Mente 665 Líderes



Ciclo Octubre

Emoción 103 Líderes
Cuerpo 90 Líderes
Mente 121 Líderes



Evaluando nuestro desempeño y desarrollo

Como complemento a la oferta de Desarrollo de Talento Humano trabajamos en un modelo de Gestión de Desempeño y Desarrollo para todo el personal de la compañía, (dividiéndolo en dos grandes segmentos: Masivo y Ejecutivo), a través de la herramienta Rankmi sobre la cual estamos evaluando las competencias del 86% de la compañía para el último año (2022). Para esto utilizamos modelos de evaluación de 90, 180, 270 y 360 grados según el nivel del cargo, que significan que una persona es evaluada por distintos actores entre su jefe, colaboradores a cargo, compañeros y clientes de sus procesos. El ciclo de desempeño se complementa con el proceso de "Feedback Continuo", del que llevamos trazabilidad y sobre el cual se definen planes de acción y de desarrollo para mejorar el desempeño de los colaboradores. De esta manera podemos mapear nuestro talento, planificar y tomar decisiones de formación y desarrollo ajustadas a la realidad y así mismo, le permitimos a cada colaborador tener claras cuáles son sus fortalezas, oportunidades y crear sus propios planes de desarrollo.

Es por esto que también hemos querido estimular la reflexión de los colaboradores alrededor de diferentes preguntas sobre su propio desarrollo, llevándolos a que cada uno pueda definir su plan de carrera para este momento de su vida, de manera que coincida con los objetivos organizacionales y las herramientas o caminos de crecimiento otorgados por la compañía, por esto se desarrolló entre noviembre y diciembre el Taller "Mi Plan de Carrera" en donde 55 colaboradores participantes, distribuidos en las gerencias de la siguiente manera: Cadena de abastecimiento 15, Comercial y marketing 15, Tecnología 12, Financiera y Administrativa 6, Operaciones 4, Personas y Responsabilidad Social 3. Los participantes interiorizaron las herramientas otorgadas por Sodimac y la estructura de la compañía para lograr su crecimiento y desarrollo de acuerdo a sus motivaciones y objetivos profesionales.

Además, continuamos trabajando actividades de desarrollo y consolidación de equipos de trabajo, posibilitando que las personas lleguen a estándares de alto



Categoría	Empleados Compañía			Hombre			Mujer		
	Total	Evaluados	%	Total	Evaluados	%	Total	Evaluados	%
Nivel 0	1	1	100%	1	1	100%	0	0	100%
Nivel 1	7	7	100%	6	6	100%	1	1	100%
Nivel 2	105	99	94%	69	65	94%	36	34	94%
Nivel 3	1032	979	95%	570	544	95%	462	435	94%
Nivel 4	1500	1350	90%	974	879	90%	526	471	90%
Nivel 5	6073	5357	88%	3926	3470	88%	2147	1887	88%
Total Final	8718	7793	89%	5546	4965	90%	3172	2828	89%

desempeño. Realizamos intervenciones de desarrollo en la gerencia Comercial y Marketing, así como algunos casos individuales, y otra serie de intervenciones en las tiendas puntuales y en la gerencia de Cadena de Abastecimiento.

Adicionalmente y de cara a la formación en Estrategia y Escuela de Liderazgo, nos encontramos trabajando en una formación muy robusta enfocada al tema Gestión por compromisos (Grandes promesas, planes de acción, hitos, confianza, compromiso, pedidos, ofertas, condiciones de satisfacción, entre otros) fundamental para el modelo de Gestión de la compañía y Liderazgo; esta formación se está desarrollando de manera presencial y virtual para 56 líderes de la organización ingresados y/o promovidos en los últimos años y que no conocen a fondo este modelo.

Reactivando cada vez más las actividades de Calidad de Vida Laboral para colaboradores y familiares

Velamos por la calidad de vida nuestros colaboradores y lo hacemos teniendo presente sus diferentes intereses con el fin de promover y generar un ambiente agradable adicional al entorno laboral.

Si había algo que extrañábamos por causa de la pandemia era poder tener actividades de celebración, integración y recreación de manera presencial. Este año hemos podido retomar con mayor normalidad estos espacios que nos permiten tener mayor cercanía con nuestros colaboradores. Adicionalmente, tener la posibilidad de reencontrarnos con las familias de nuestros trabajadores en actividades en las que ellos participan nos llena de alegría. Entre algunas de las iniciativas presenciales que hemos podido reactivar se encuentran: día del niño, torneos deportivos, Halloween y una de las más esperadas por todos: celebraciones de fin de año para colaboradores y para sus hijos(as).

Durante todo el año realizamos más de 2.600 actividades a nivel nacional, en las que tuvimos 139mil participaciones de colaboradores y más de 9.000 familiares participantes.

Integración y celebración

2021 ■ 2022 ■

Número de participaciones de colaboradores **138948**
95781

Número de participaciones de familiares **9002**
5621



2610

2048

Total Actividades

Algunas de estas actividades fueron:

- Día de los niños presencial a nivel nacional.
- Día de las cometas presencial.
- Actividades de la Manada Sodimac presenciales en centros de trabajo.
- Celebración Halloween para hijos presencial.
- Entrega de regalo de navidad para hijos presencial.
- Fiestas de fin de año a nivel nacional.
- Torneos de volleyball interempresas afiliadas a Cafam.
- Clases virtuales de cocina.
- Torneos virtuales.
- Polla mundialista.

Deportes



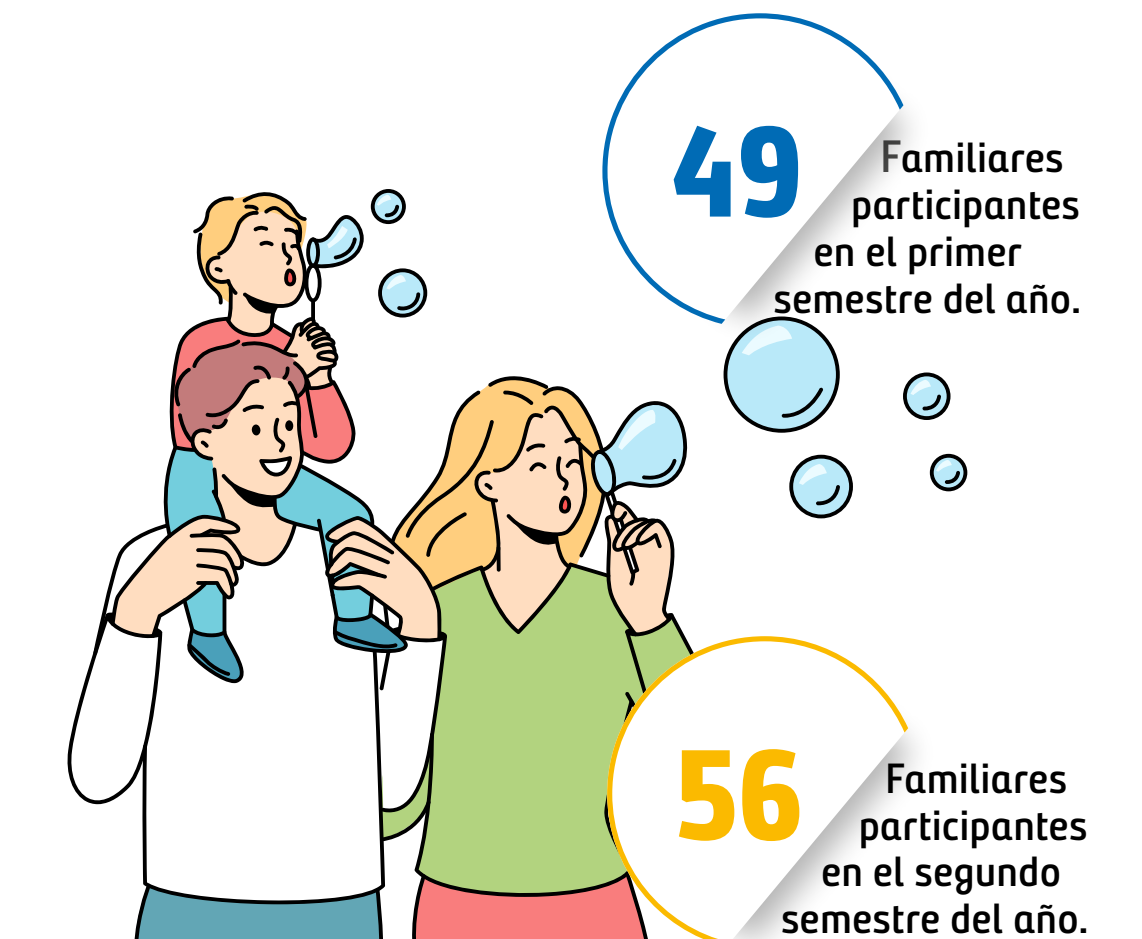
Familia

Si tenemos en el centro a nuestros colaboradores no podemos dejar de lado a sus familias y por ello también generamos iniciativas para ellos:

Promoviendo los emprendimientos de las familias Sodimac

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

Este año tuvimos:



Vive + vive mejor

Junto con nuestro aliado Alben-ture, facilitamos gestiones y trá-mites de nuestros colaboradores en diferentes temáticas, desde legales y de salud hasta de vi-vienda, ocio y educación. Por me-dio de whatsapp pueden acceder de manera gratuita y sencilla a los servicios.



Asesorías y servicios utilizados



2021 48.425 122%
2022 54.121 112%

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

Servicios adicionales con precios reducidos:

- Acceso a servicio de lavandería con recogida y entrega en la empresa.
- Servicios de consejería en general.
- Servicios de gestoría.
- Acceso a red de abogados.
- Acceso a psicólogos, pedagogos y otros profesionales seleccionados y acreditados.
- Asesoría en vivienda.
- Asesoría fiscal y tributaria.
- Búsquedas comparativas.
- Información en trámites administrativos.
- Servicio de mensajería.
- Servicios complementarios.
- Asesoría social.
- Asesoría nutricional.
- Actividad de promoción y prevención.
- Llamadas de seguimiento FRANCO.
- Servicio doméstico.
- Solicitudes relacionadas Covid.

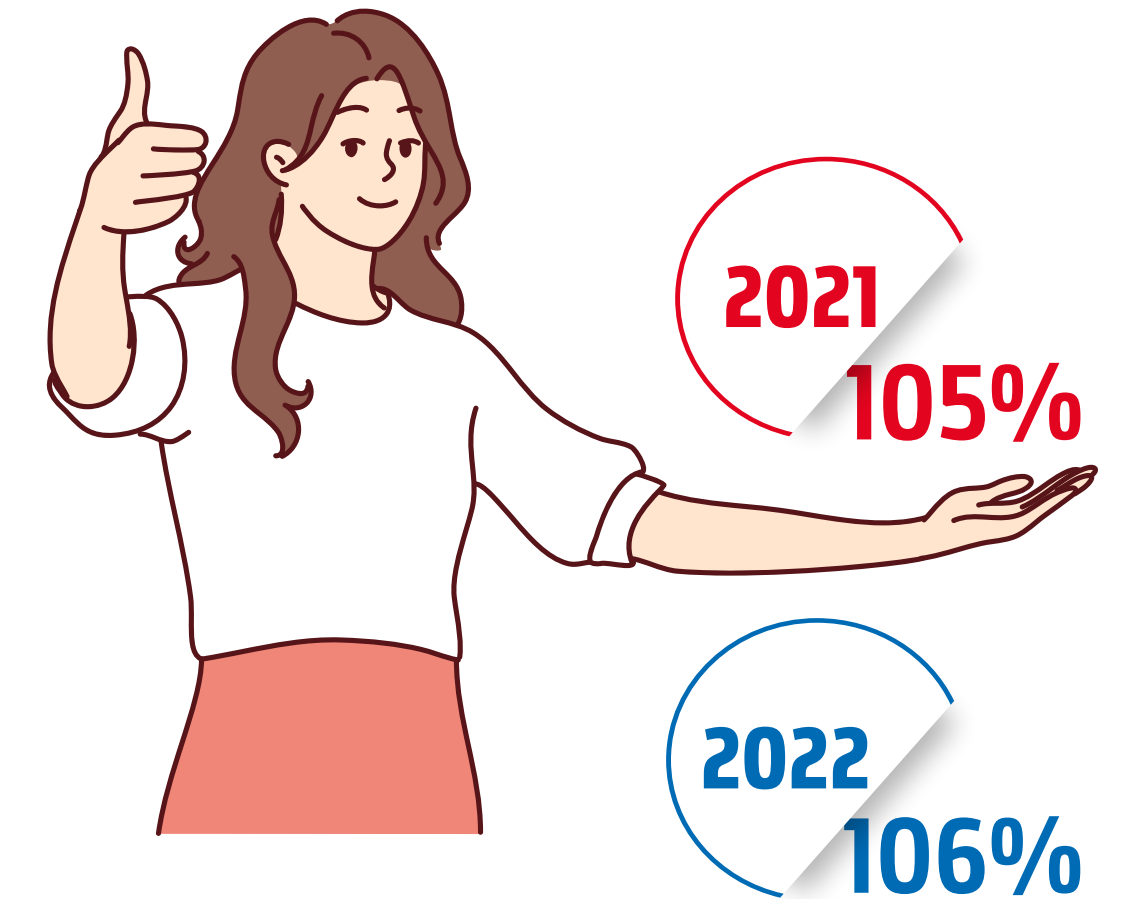


Descripción	2021	2022
Préstamos vivienda	42	55
Préstamos vehículo	30	16
Bonificación diciembre	7.928	8.317
Auxilio vacaciones	7.344	6.638
Aportes empresariales a fondos Vol. de pens.	162	174
Auxilio educativo escolar	2.370	2.498
Subsidio para medicina pre-pagada	809	820
Seguro de vida	9.939	10.988
Auxilios educación superior	645	495
Estudios especialización en el exterior	2	2
Auxilios para estudio de idiomas extranjeros	44	94
Descuentos en mercancías	8.982	9.548
Bonificación ocasional de resultados	9.089	9.950
	19.451.150.710	24.174.996.552
Auxilio para matrimonio	96	90
Auxilio de anteojos	709	824
Auxilio por nacimiento	229	208
Otros beneficios	6.391	5.279
Auxilio funerario	15	17
Prestamos educativos	2	2
Prestamos de emergencia	22	17
Préstamos de consumo	950	35
Auxilios de conectividad	585	603
Beneficio Alben-ture	4.815	4.605
Beneficios a través de ZWAPP	-	4.934
Total	53.959.503.019	63.196.554.851



Índice de Calidad de Vida

Contamos con el índice de calidad de vida, el cual es el resultado del cumplimiento de los programas enfocados en desarrollo y bienestar. Este índice es la prueba de nuestro compromiso con cada uno de los miembros de la familia Sodimac, pues, en los últimos años hemos superado el 100% y en 2022 incrementamos 1 punto sobre el resultado del 2021.



Nuestras relaciones laborales

Una de nuestras prioridades como compañía es garantizar un entorno laboral sano y seguro para cada uno de nuestros centros de trabajo. Por esto contamos con una fuerte estrategia para lograrlo:

Cómo se construyen las relaciones laborales de Sodimac

Nuestras relaciones laborales se basan en el compromiso, esfuerzo y el sentido de pertenencia con la compañía con el fin de en conjunto construir una organización exitosa y sostenible.



Decálogo de Relaciones laborales



Contamos con prácticas laborales justas y legales.

1



Sabemos que el trabajo bien hecho, colaborativo, digno y respetuoso trae buenos resultados.

2



Cumplimos con los compromisos acordados.

3



Confiamos en la capacidad de liderazgo con potencial de transformación de nuestro talento.

4



Promovemos el autocuidado para en conjunto mantener un entorno seguro y sano.

5



Estimulamos las relaciones basadas en la confianza.

6



Actuamos de manera ética, socialmente responsable e inclusiva.

7



La libre competencia rige nuestro actuar para ser preferidos por nuestros clientes de manera transparente.

8



Velamos por la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias brindando una experiencia laboral gratificante y que les permita su desarrollo.

9



Escuchamos activamente a nuestros colaboradores a través de espacios de confianza y participación para juntos construir nuestra organización.

10



- Comité paritario de Salud y Seguridad en el Trabajo (COPASST): tiene como principal objetivo prevenir accidentes y enfermedades laborales para lo cual cuenta con ocho representantes de la compañía y ocho representantes de los colaboradores.
- Comité Local de Seguridad y Salud en el Trabajo (COLOSST): cada uno de nuestros centros de trabajo cuenta con un comité.
- Comité de Convivencia: opera con el fin de ser un espacio seguro para la prevención y remediación ante posibles casos de conductas de acoso laboral.
- Sintrasodimac: un espacio donde la libertad sindical y la negociación colectiva son los protagonistas a través del diálogo con nuestros colaboradores promoviendo el diálogo social.

Juntas directivas del sindicato

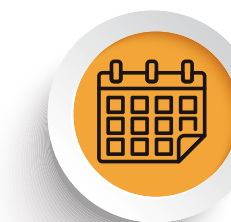
Debido a que las personas pertenecientes al sindicato ejercen un derecho como colaborador, no tienen ningún beneficio adicional a aquellos que se ofrecen a todos los miembros de la familia Sodimac.



Trabajadores cubiertos por sistema



Espacios de diálogo social



Días de permiso sindical



Comprometidos con cuidarnos: Sistema de Gestión de SST

“Nos Comprometemos a Cuidarnos”, es nuestra declaración en nuestras acciones para continuar avanzando en la implementación y mantenimiento de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Con ello, buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y contratistas, generando un ambiente seguro mediante acciones enfocadas en mejorar condiciones, procesos o actos.

Por medio del ciclo PHVA (planear, hacer, verificar, actuar), articulamos todas las actividades, procesos e iniciativas enfocadas en el cuidado de las personas, fomentando siempre el autocuidado como motor de la gestión.

Objetivos del Sistema SST

2022

En este sentido, este año nos enfocamos en:

- Reducir los indicadores de accidentalidad y enfermedad laboral en los grupos de interés, gestionando los peligros que los pueden ocasionar.
- Desarrollar y mantener las competencias en Seguridad y Salud en el trabajo para que los colaboradores puedan desempeñar su trabajo de forma eficiente, a través de la Escuela SST.
- Avanzar hacia la excelencia sostenida en Seguridad y Salud en el Trabajo, llevando a Tiendas y Cedis al nivel "Colaborativo" dentro del modelo de cultura preventiva de Sodimac.

En 2022 se presentó una reducción en el resultado de las tasas de accidentalidad del 15% en la frecuencia, y 21% en la severidad aproximadamente comparado con el año 2021.



Transformación digital en SST

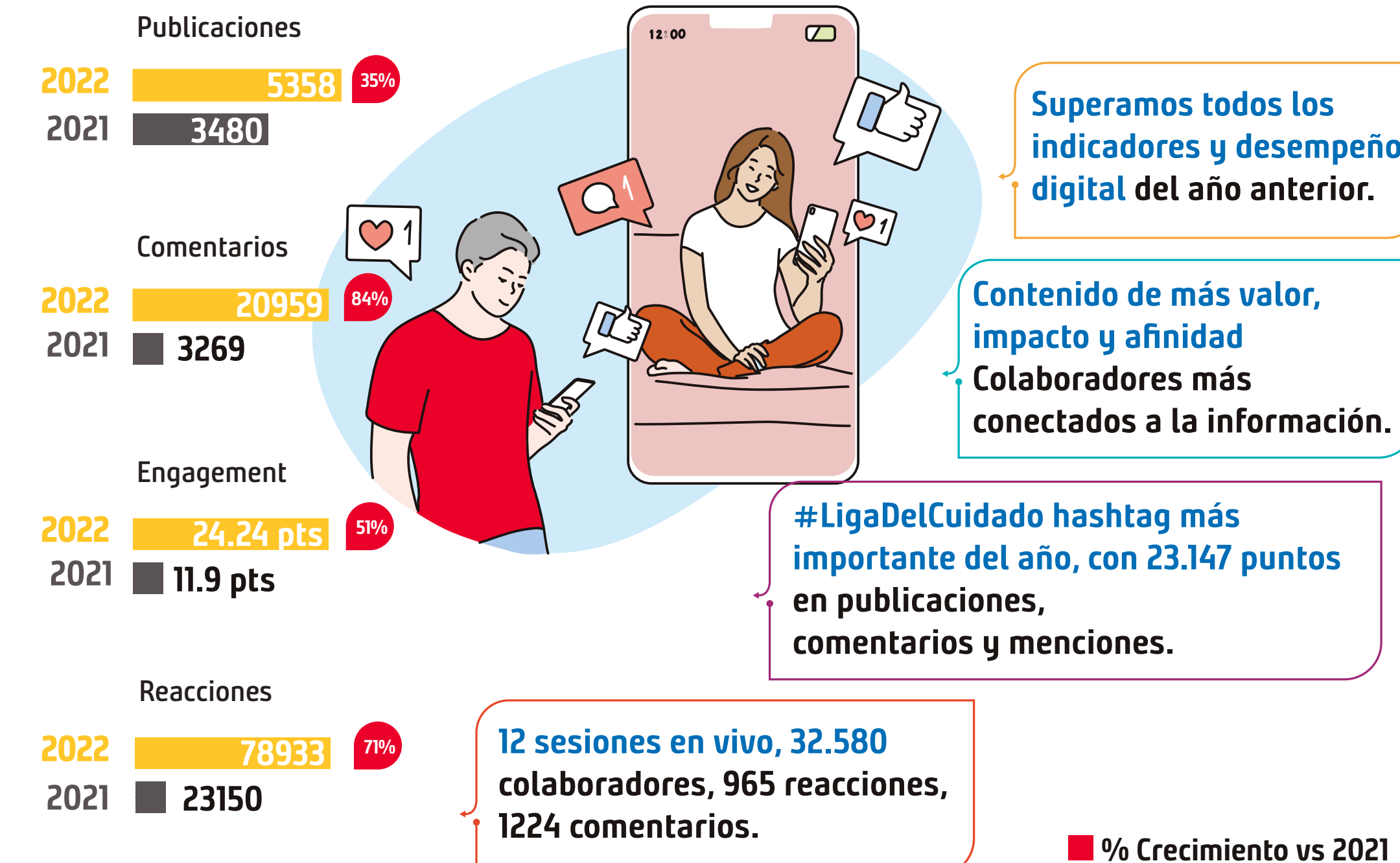
Task manager

- 28 proyectos, Planes de Trabajo Anual y A Demanda / Seguimiento inspecciones UVAES, Virtualizamos inspecciones: Condiciones higiénico-sanitarias, Recursos emergencia, Actualización inspección a concesiones.
- 2516 caminatas; Inspección Concesiones: 1969 Inspecciones, 53 empresas, 270 inspecciones Gestión de emergencias, 238 Inspecciones higiénico sanitarios, 39 otras inspecciones.

Isotools

- Reporte Seguimiento viruela símica.
- Ajuste proceso seguimiento casos de salud.
- Actualización plan de auditoría.

#LigadelCuidado



Indicadores de visualización de contenido: Política actualizada de SST 2022

Gestión de peligros

Cuidamos a nuestros colaboradores, clientes y terceros razón por la cual realizamos una identificación de peligros, evaluación y tratamiento de riesgo con el propósito de evitar cualquier tipo de accidente. Esto lo hacemos uti-

lizando la metodología basada en la norma GTC- 45 (Guía para la Identificación de los Peligros y la Valoración de los Riesgos en Seguridad y Salud Ocupacional). Nuestros peligros se gestionan de acuerdo a la viabilidad técnica de la jerarquización de controles (eliminación, sustitución, control de ingeniería, medidas administrativas y EPP's).

Dentro de la gestión se destacan los reportes de condiciones, procesos o actos inseguros (CPA), la Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial (UVAE), y la Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo.



Peligro químico

- 93% (6193) productos químicos incorporados en la base PIM (Product Information Management)
- CEDIS se centraron los esfuerzos logrando:
 - Estructuración comité de mercancías peligrosas cedis.
 - Normas seguridad química de baldas.
 - Capacitación al equipo de alistamiento.
 - Instructivo pack and hold para embalaje mercancía peligrosa.
 - Actualización de manual contratistas con el riesgo químico.
- TIENDAS:
 - Definición de criterios para auditorías aleatorias a la rotulación en tienda.
 - Pruebas de Ajuste en Corte y Dimensionado + Velometrías en equipos+ mediciones contaminantes.

Peligro eléctrico

- Verificación trabajos contratistas mantenimiento para mejora de procesos.
- 35 materiales formativos para escuela (Tutoriales, Evaluaciones, Actividades).
- 86 % avance actualización diagramas unifilares.
- 100% Termografías centros de Trabajo.

Peligro mecánico

- Actualización inventario de equipos y herramientas de mantenimiento + fichas técnicas + (5 cursos cargados en Totara).
- Creación de + 25 estándares de trabajo seguro (Microblend, Seguridad en la exhibición, escombros, rotura, picking, equipos corte y dimensionado, cargue y descargue de material, chipa de alambre, cortinas móviles, y herramientas).
- 88 auxiliares práctica en simulador de corte.

- 287 trabajadores reentrenados. / 317 = 90,5% (103 Aux. de Corte, 50 Backups de Corte, 66 jefes / Coordinadores de Patio, 33 Aux/ Tec Mantenimiento, 35 Líderes SST.

Peligro vial

- 751 participaciones simuladores montacargas (461, y cedis 289) en sus diferentes módulos.
- Se completó rotación simuladores con 11 tiendas para el 100%.
- 300 personas capacitadas en CEDIS temas seguridad vial.
- 272 operadores (100% de las solicitudes de tiendas)
- Campaña uso cinturón de seguridad rutas internas apoyo Viacoltour.
- Auditorias seguridad Vial Empresas transporte.

Almacenamiento

- Actualización guía técnica de Almacenamiento Cedis 8 capítulos:
 - Clasificación de cargas.
 - Áreas de almacenamiento.
 - Estantería.
 - Equipos móviles.
 - Aseguramiento de la mercancía.
 - Estibas.
 - Procesos in-bound y out-bound, gerencia visual.
 - Procedimiento picking mixto funza .
 - Reproducción Podcast peligro Almacenamiento 773.
 - Inspección seguridad en la exhibición baños y cocinas a nivel nacional .
 - Realización inspección higiénico sanitaria de estanterías en las tiendas.



Semana del Cuidado

Continuamos con el desarrollo de diferentes tipos de actividades en pro de la salud y seguridad en el trabajo, con el propósito de prevenir y controlar los peligros significativos que pueden llegar a afectar el ambiente sano y seguro.

Año	Participantes	Centros de trabajo
2018	9897	42
2019	9434	9
2021	13558	43
2022	16510	45



+ 16.900
Participaciones

18
%



Top 5 participaciones



Biomecánico

2265

Emergencias

2169

Peligros y riesgos

2265

Psicosocial

1732

Almacenamiento

1766

Escuela de Seguridad y Salud en el Trabajo

Este año continuamos con la Escuela de Seguridad en el trabajo en modalidad digital en la cual desarrollamos 58 módulos:

Requisitos legales



Módulo Responsabilidad Legal **845**
(Grupo jefes Líderes) participaciones.



Brigadas **3752** participaciones
aproximadamente 5 por brigadista).



Inducción SST compañía.
Virtualización en Totara.

Pilares del Sistema de Gestión



Módulos de formación para
peligros significativos (**182** ítems):

46 Presentaciones.

64 Tutoriales.

30 Actividades de Afianzamiento.

42 Evaluaciones.

Liderazgo



Inicio Formador de Formadores
de Emergencias **13**



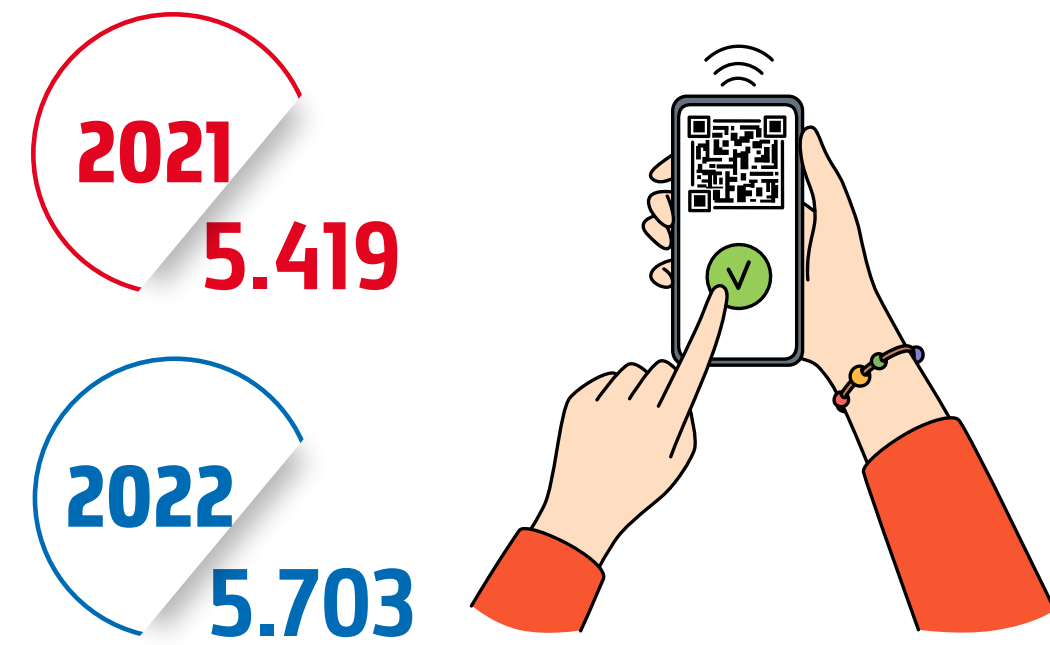
Formación 1 módulo Líderes
de Brigada **35**



Estrategias de reporte preventivo

Durante este año continuamos brindando modalidades digitales para reportar Condiciones, Proceso o Actos inseguros, CPA, vía Mobile, permitiendo que nuestros colaboradores, proveedores y contratistas, puedan tomar un registro fotográfico y enviarlo automáticamente al centro de trabajo donde se identifica.

Reportes mediante el uso del código QR



Con ello, el líder de Seguridad y Salud genera las alertas y gestiona con su equipo para el cierre de los hallazgos. Con esta modalidad continuamos reduciendo el uso de papel, mejorando los tiempos de gestión de resultados y generando informes eficientes para una adecuada gestión en cada centro de trabajo.



FORMACIÓN EN EMPRESA UVAE
MINTRABAJO

Nueva aprobación Ministerio de Trabajo 6 programas de formación UVAES con nueva norma

Unidad Vocacional de Aprendizaje Empresarial UVAE

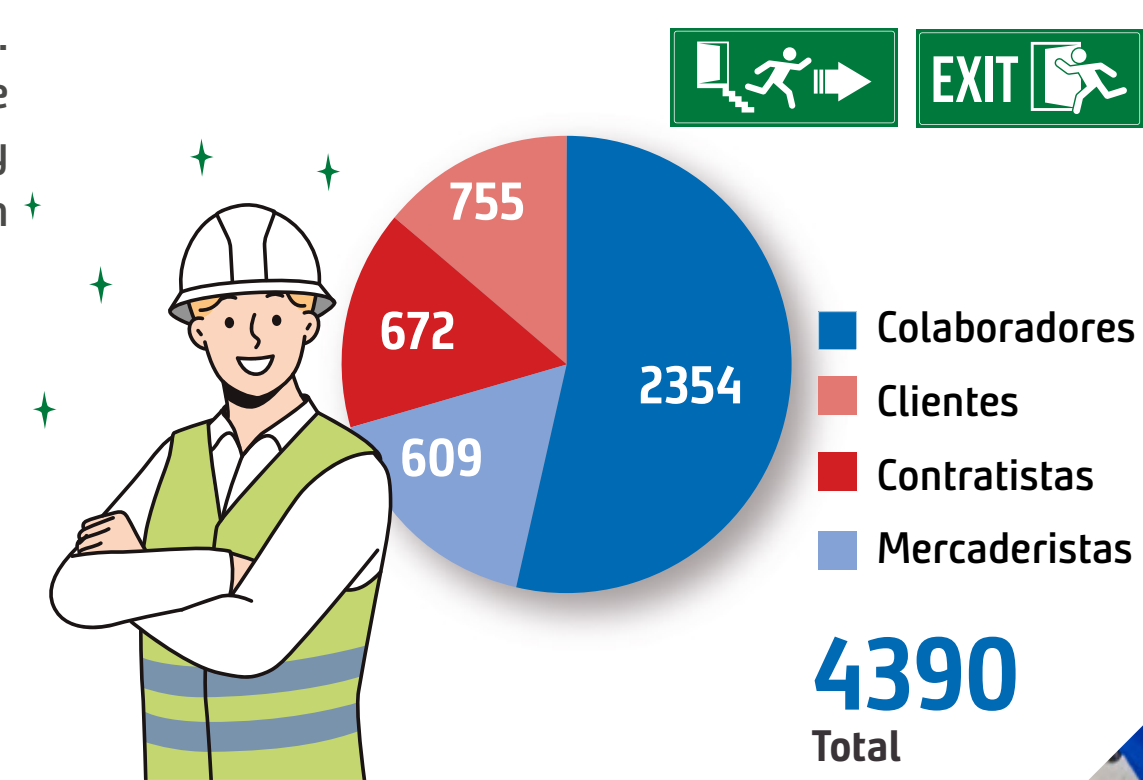
Contamos con 5 UVAE en las ciudades de Cali, Medellín, Barranquilla, Bogotá y Funza.

Gestión de Amenazas

Realizamos simulacros con diferentes grupos de interés como clientes, guías locales de emergencias, reportes, entre otras, siempre buscando prevenir y contar con una adecuada atención de emergencias.

Este año, incluimos el plan de emergencias familiar al simulacro de autoprotección, con el fin de que los colaboradores realicen los preparativos para reducir los riesgos que pueden afectar negativamente su bienestar o el de sus familias durante una emergencia o desastre.

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



Simulacro nacional de autoprotección

Durante 2022 participamos en el 7to. Simulacro nacional de Evacuación por Amenazas según región en el cual participaron 4390 personas, incluidos colaboradores, clientes, contratistas y mercaderistas.

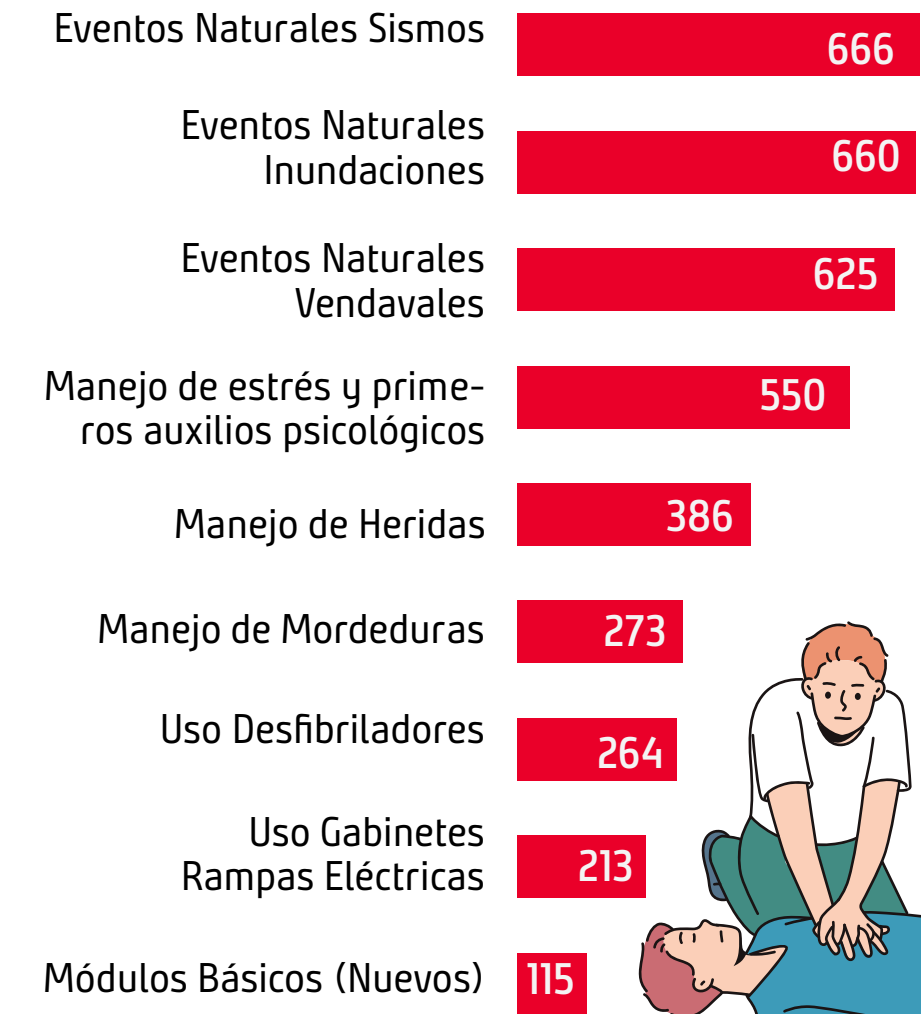
Brigada de emergencias

Nuestra Brigada Sodimac está preparada para prevenir, mitigar y controlar las emergencias que se puedan presentar en cualquiera de nuestros centros de trabajo.

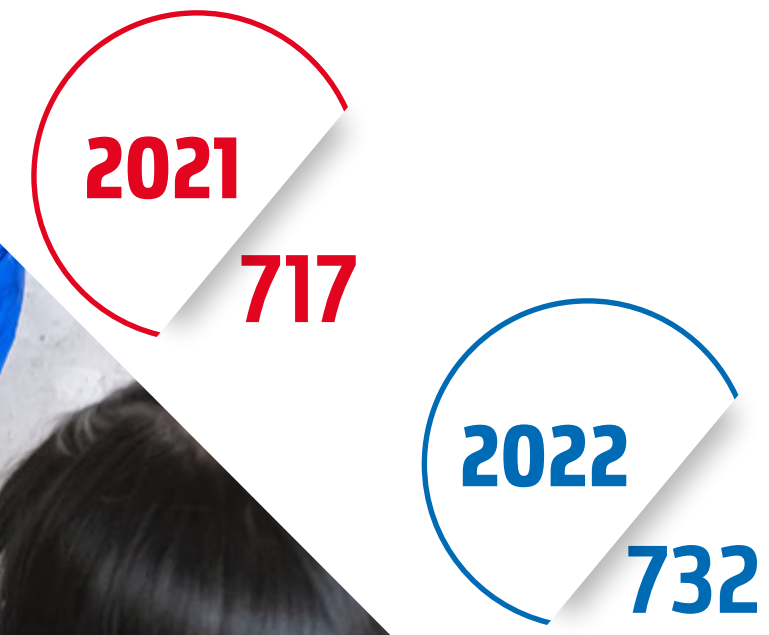
Por medio de diferentes capacitaciones fortalecemos los conocimientos de los colaboradores voluntarios que hacen parte de este grupo con el fin de que puedan prestar una atención oportuna frente a una emergencia.

Durante 2022, capacitamos en temas asociados a emergencias un total de 3752 colaboradores.

Emergencias atendidas por los Brigadistas



Total de Brigadistas activos



Gestión de Salud

Buscamos prevenir las enfermedades laborales en nuestros colaboradores por medio de diferentes iniciativas enfocadas en la promoción de la salud, dentro de las cuales se encuentran: el sistema de vigilancia osteomuscular, las pausas activas, las campañas mensuales de enfermedades respiratorias, gastrointestinales, entre otras.

Sistema de vigilancia epidemiológico osteomuscular

El Sistema de Vigilancia tiene como objetivo la prevención de lesiones osteomusculares para nuestros colaboradores. Este año velamos por el cuidado integral y acompañamos a los colaboradores obteniendo los siguientes resultados:

- 1** Acompañamiento **102** colaboradores trabajo flexible a ajustar e identificar las condiciones óptimas del lugar de trabajo.
- 2** Trabajo colaborativo equipo operaciones, se han planteado mejoras en condiciones ergonómicas área de cajas y corte y dimensionado.
- 3** Inventario de ayudas mecánicas y operatividad de las mismas.
- 4** **YOGA ACTIVO: 100%** colaboradores con enfermedad laboral.
- 5** Gimnasia laboral cubrimiento de **81%**.
- 6** **10** talleres para la población de trabajo en remoto.
- 7** **40** acompañamientos de inspecciones de puestos de trabajo.

Stop Saludable

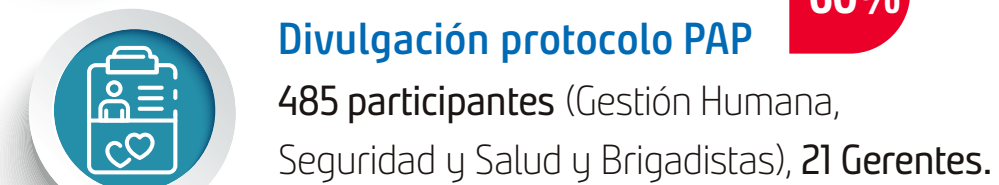
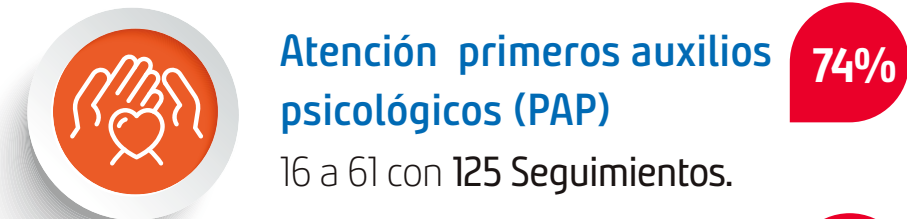
Sabemos que las pausas activas son necesarias para nuestros colaboradores por lo cual hacemos ejercicios físicos en nuestros centros de trabajo para recargar la energía corporal y mental.

Riesgo psicosocial

El 2022 ha sido el año con mayor impacto en la gestión de la salud mental, algunos aspectos relevantes:

■ % Crecimiento vs 2021

Atención y Prevención Individual



Avance Atención por Priorización



Prevención Nivel Grupal

5 Actividades – 6279 personas

- PyP Inteligencia emocional - 4244 participantes.
- Atención plena – cajeros - 822 participantes.
- AT: Percepción del riesgo - 1135 participantes.
- Relajación muscular progresiva - 36 participantes.
- Intervención grupal duelo - 42 participantes.
- 9 Infografías WP mensuales.
- Stop saludables (Pausa cognitiva) - 1045 participantes.

Estudios de puesto de trabajo

- **8 Inspecciones** por recomendaciones médicas psicosociales.
- **2 Acompañamiento** análisis por procesos de calificación de origen de posible enfermedad laboral.

Trabajo colaborativo con diferentes áreas

- Mesa de salud mental.
- Comunidad WP salud mental.
- Formación Comité de Convivencia.

Actividades Generales

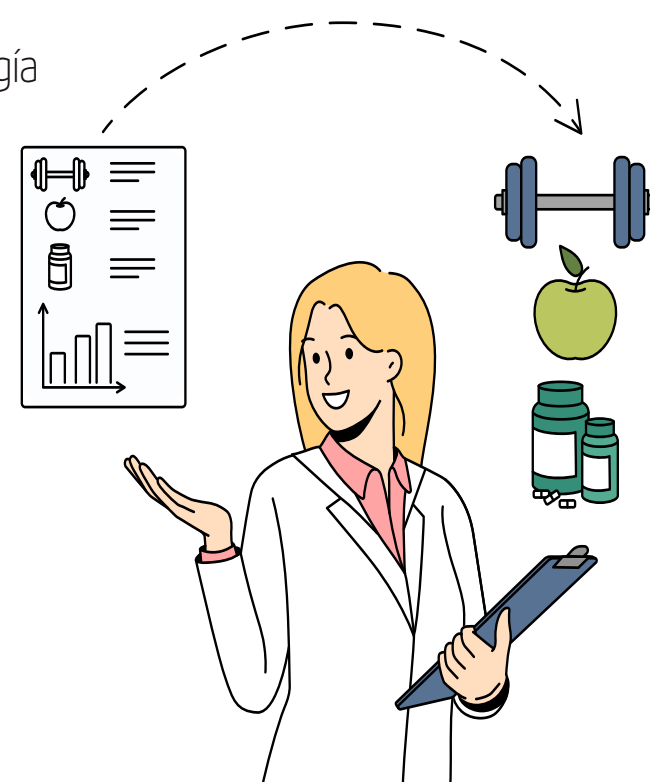
-
- En vivos Workplace +4900 reproducciones**
- **Hablando sanamente 2323** reproducciones.
 - **55** comentarios – **92** reacciones.
 - **Prevención del suicidio 2593** reproducciones.
 - **86** comentarios – **187** reacciones.

Prevención & Promoción de la Salud (PYP)

Campañas preventivas

38422 a 40338 participantes. **5%**

- Cambio en metodología de aplicación y registro de participantes (Formulario Forms).
- Inclusión temática salud mental.



Campañas PYP 2022

- 1. Hábitos saludables**
Enero - Febrero.
- 2. Salud sexual y reproductiva**
Marzo - Abril.
- 3. Salud visual**
Mayo - Junio.
- 4. Inteligencia emocional**
Julio - Agosto.
- 5. Enfermedades trasmibles y no trasmibles**
Septiembre - Octubre.
- 6. Alcohol, tabaco y sustancias psicoactivas**
Noviembre - Diciembre.

Cuidando a nuestros contratistas

Seguimos comprometidos con nuestros contratistas. Por esta razón, compartimos con ellos buenas prácticas, trabajamos en la prevención de posibles riesgos asociados a la salud y a la seguridad y desarrollamos un plan de capacitación para este grupo de interés.



2022 Personas formadas asociadas a las empresas contratistas.

22.790

Indicadores de Gestión 2022

Todos los años evaluamos nuestra gestión siempre buscando crear un ambiente cada vez más seguro y sano para nuestros colaboradores.

Todos los empleados propios + temporales	
Tasa de mortalidad de accidentes de trabajo	0
Cantidad de accidentes con grandes consecuencias e incapacidades (sin incluir fallecimientos)	273
Tasa de lesiones por accidente laboral con grades consecuencias (sin incluir fallecimientos)	14,35%
Cantidad de lesiones por accidente laboral registrables	337
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	17,71%
Total cantidad de horas trabajadas	19.025.948
Total días de incapacidad laboral por accidentes de trabajo	1631
Tasa de severidad	85,73%
Ausentismo laboral por causa médica	0,74
Severidad ausentismo	5,03
Diagnósticos por enfermedad laboral	51
Personas con enfermedad laboral	33
Casos de reubicación laboral	18
Empleados temporales	
Tasa de mortalidad de accidentes de trabajo	0
Cantidad de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias e incapacidades (sin incluir fallecimientos)	21
Tasa de lesiones por accidente laboral con grades consecuencias (sin incluir fallecimientos)	14,82%
Cantidad de lesiones por accidente laboral registrables	24
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	16,93%
Cantidad de horas trabajadas	1.417.262
Principales tipos de lesiones por accidente laboral	
Golpe, contusión	38,72%
Herida	19,92%
Desgarro muscular	10,53%
Empleados temporales	
Tasa de mortalidad de accidentes de trabajo	0
Cantidad de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias e incapacidades (sin incluir fallecimientos)	21
Tasa de lesiones por accidente laboral con grades consecuencias (sin incluir fallecimientos)	14,82%
Cantidad de lesiones por accidente laboral registrables	24
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	16,93%
Cantidad de horas trabajadas	1.417.262
Principales tipos de lesiones por accidente laboral	
Golpe, contusión	23,81%
Herida	19,05%
Desgarro muscular	19,05%

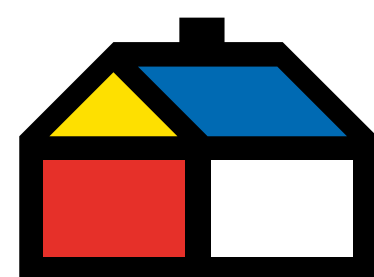
NOTA: la tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias, la tasa de lesiones por accidente registrables y la tasa de severidad se calculan bajo 1 millón (1.000.000) de horas.

Auditoría interna y externa

Auditoría interna

Durante el año 2022 como parte de nuestro programa anual se ejecutaron 35 auditorías internas en nuestros centros de trabajo, obteniendo en promedio un 86.9% de cumplimiento de los estándares mínimos de Seguridad y Salud en el Trabajo.





¿Qué estamos haciendo por nuestra comunidad?

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

En el año 2022 logramos beneficiar a más de 30.000 personas gracias a nuestros programas de transformación de entornos como lo son el Mejoramiento del Hábitat y #SoyVoluntario; de transferencia de conocimiento como Cursos a Población Vulnerable y el Voluntariado Digital, y de recaudo de fondos para continuar aportando a construir sueños y proyectos de hogar a través de la donación de vueltas de clientes y venta de botellas de agua natal en tiendas. Todos estos, cuentan con la participación activa de las comunidades en la transformación de su propio entorno partiendo de la corresponsabilidad que tienen de contribuir al mejoramiento de sus espacios. Adicional a ello, generamos nuevas alianzas con organizaciones del sector público, privado y del tercer sector que nos permitieron aumentar el impacto de los programas, llegando a un mayor número de personas y territorios para favorecer a las poblaciones más vulnerables del país.





Mejoramiento del Hábitat

Avanzamos en nuestro propósito de “Juntos Construir Sueños y Proyectos de Hogar” a través de nuestra estrategia de “Mejoramiento del Hábitat”, una directriz estratégica de múltiples programas, proyectos e iniciativas para transformar entornos de manera integral, en temas de infraestructura y temas sociales en las comunidades aledañas a nuestros centros de trabajo con el propósito de no solo realizar transformaciones de espacio, sino de dejar capacidades instaladas para el mejoramiento de la calidad de vida dentro del hogar.

Durante 2022, fortalecimos nuestros programas para llegar a más personas y lograr excelentes resultados en nuestra estrategia de Mejoramiento del Hábitat. Por una parte, finalizamos el segundo proyecto integral, “El puerto de nuestros sueños”, ubicado en Puerto Colombia, Atlántico beneficiando a una importante zona comercial para el país, pero cuyos índices de necesidades básicas insatisfechas son muy altos. Por otra parte, comenzamos el tercer proyecto del programa, en el municipio de Yumbo, Valle, un territorio cercano a nuestras tiendas de Cali y Palmira cuyo índice de pobreza es uno de los más altos

del país. Es por esto, que, junto con nuestro aliado estratégico, la Fundación Catalina Muñoz y otros actores en las zonas al igual que aliados garantizamos el cumplimiento de los objetivos de las intervenciones dentro de cada uno de los territorios seleccionados.

Puerto Colombia

El primer proyecto se entregó en julio, durante los primeros meses del año desarrollamos la etapa de acabados en el barrio Vista Mar del municipio de Puerto Colombia reconstruido en el 2021 y continuamos con la realización de 10 talleres por medio de los cuales brindamos herramientas de largo plazo para que las familias cuiden y gestionen los espacios transformados. Logramos beneficiar en total a 15 familias, es decir a 125 personas en alto grado de vulneración por medio de esta intervención de carácter técnico y social, que además contó con la participación de 70 voluntarios de nuestras tiendas de Barranquilla y Cartagena quienes donaron 575 horas para el embellecimiento del barrio en dos actividades: pintura de fachadas de las unidades habitacionales y desarrollo de una actividad ambiental en la que se sembraron especies ornamentales.

Acabados:



- Pañete, estuco y pintura de muros
- Enchape de pisos y muros
- Lavadero, sanitario, ducha y mueble de cocina
- Instalación de redes internas (acueducto, alcantarillado y energía)



Finalmente, realizamos una encuesta de relacionamiento comunitario para evaluar el desarrollo del proyecto y la percepción de la comunidad en relación con el trabajo realizado por parte de Sodimac Colombia, así como identificar oportunidades de mejora para ser aplicadas en futuros proyectos. Algunos de los resultados son:

100 % evalúa como EXCELENTE la presencia de Sodimac y sus marcas Homecenter y Constructor en el territorio, y considera que dicho relacionamiento es CERCANO.

93% considera que el proyecto brindó una solución a sus necesidades prioritarias, y se encuentra SATISFECHO con la solución brindada por este.

Este proyecto fue posible gracias a la alcaldía municipal de Puerto Colombia, Organización Corona, Schneider Electric Pinturas Kolor y Topex, Colegio Parrish, Colegio Altamira y donantes particulares que hicieron aportes que permitieron mejorar las condiciones de vida de los habitantes de este barrio.

Yumbo

Iniciamos un nuevo proyecto integral en el municipio de Yumbo, Valle con el objetivo de continuar transformando el entorno y la realidad de las familias colombianas, al tiempo que contribuimos al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La elección de Yumbo como territorio se hizo con base al índice de pobreza que presenta el municipio del 33,2% y el alto porcentaje de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), donde se destaca la ausencia de una vivienda digna y la desconexión de las redes de servicios, lo cual genera condiciones deficientes de habitabilidad.

Durante 2022 realizamos la construcción de 22 módulos habitacionales ubicados en distintos puntos del barrio y 14 talleres en entorno saludable hogar y comunitario con el objetivo de fortalecer dinámicas al interior de la comunidad, brindar nuevos aprendizajes que fomenten el empoderamiento comunitario y generar una construcción colectiva entre el sector privado y la comunidad.



Adicionalmente, realizamos el mejoramiento de la cancha Portachuelo por medio de una jornada de voluntariado en la que más de 30 voluntarios de las tiendas de Cali se unieron con miembros de la comunidad para transformar este espacio deportivo a través de la pintura de muros, instalación de malla, pintura de bancas y marco de acceso, instalación de papeleras y demarcación de cancha. Adicionalmente, en el marco del mejoramiento llevamos a cabo la donación de elementos al salón comunal del barrio y la fundación Lazos de Amor por Colombia por medio de nuestro programa Productos que Cumplen Sueños con el que entregamos electrodomésticos y muebles contribuyendo al mejoramiento del lugar de encuentro de la comunidad.



A nivel de cifras, el proyecto cuenta con una inversión cercana a los \$1.300 millones de pesos, que benefician a 88 personas que presentan déficit habitacional en el municipio de Yumbo, Valle y a más de 1000 personas #de la comunidad. Además, a la fecha ha contado con la participación de 70 voluntarios de nuestras tiendas de Cali y Palmira que han donado su tiempo en 3 jornadas con las que hemos logrado cumplir los objetivos propuestos de intervención.

Los resultados del proyecto en Yumbo, fueron posibles también gracias a nuestros aliados la Organización Corona, Pinturas Kolor, Topex, Schneider Electric, el Instituto Municipal de Reforma Urbana y de Vivienda de Interés Social, la secretaria de Bienestar Social y Participación y la Oficina de la Gestora social de Yumbo, quienes hicieron aportes que permitieron generar valor y mejorar la calidad de vida de los habitantes de este municipio.

Para el año 2023 continuaremos con la intervención en este territorio con actividades que permitan dejar capacidades instaladas en la comunidad como talleres sociales en hogar y comunidad y finalizaremos los módulos habitacionales continuando con la etapa de acabados para las 22 viviendas entregadas. Es así como seguiremos apuntándole por medio de nuestros proyectos a generar en las comunidades cercanas a nuestra operación, procesos proactivos, positivos y preventivos que permitan mejorar su calidad de vida, garantizar su desarrollo siempre contribuyendo a la reducción de la pobreza en el país.

Empleabilidad Local

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

Nuestra misión se enfoca en apoyar la generación de empleo en las comunidades donde tenemos presencia e



impulsar nuestra oferta de valor construyendo un mejor país. Por lo tanto, hemos establecido como un compromiso transversal a nuestras actividades contratar talento local. Al menos el 75% de las/os trabajadoras/es en nuestros centros de trabajo son del municipio o la región y ofrecemos entornos adecuados para el crecimiento personal y profesional. Conscientes de las acciones necesarias para cumplir con este propósito contamos con herramientas e invertimos recursos económicos y humanos en la divulgación y comunicación de nuestras vacantes en las zonas de influencia, asumiendo nuestra responsabilidad en el cumplimiento ético y transparente en los procesos de convocatoria, selección y contratación.

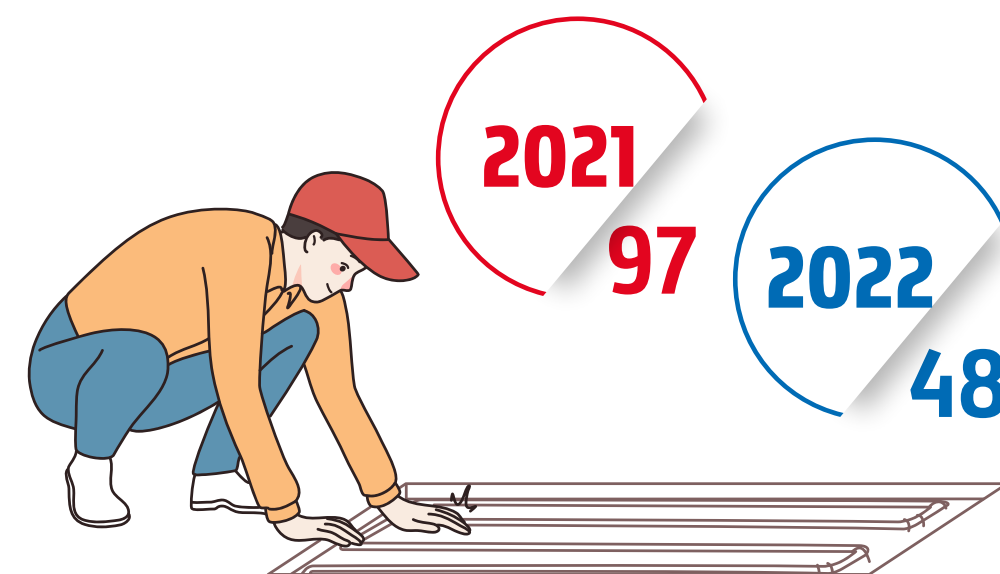
Capacitación a población vulnerable

Con el propósito de aportar en la construcción de un mejor país, con oportunidades de trabajo para todos y todas, educación y nuevas fuentes de ingresos a comunidades vulnerables. Brindamos capacitaciones con Academia Constructor en oficios presenciales y virtuales, alineados con el core de nuestro negocio y dirigidos a población vulnerable (desplazados, víctimas de conflicto armado, mujeres cabezas de familia, minorías étnicas, población de escasos recursos). Con ello, ofrecemos herramientas que complementen sus quehaceres y les permitan proyectarse hacia nuevas áreas de trabajo o impulsar su propio emprendimiento.



Durante el 2022, nos aliamos con Asodamas para brindar un curso de mampostería y con la Fundación Catalina Muñoz quienes capacitaron a sus voluntarios en alturas. En total, 48 personas finalizaron los cursos, y a pesar de no haber cumplido con la meta propuesta, en el 2023 seguiremos trabajando por formar a muchas más personas a nivel nacional con este programa.

Personas beneficiadas

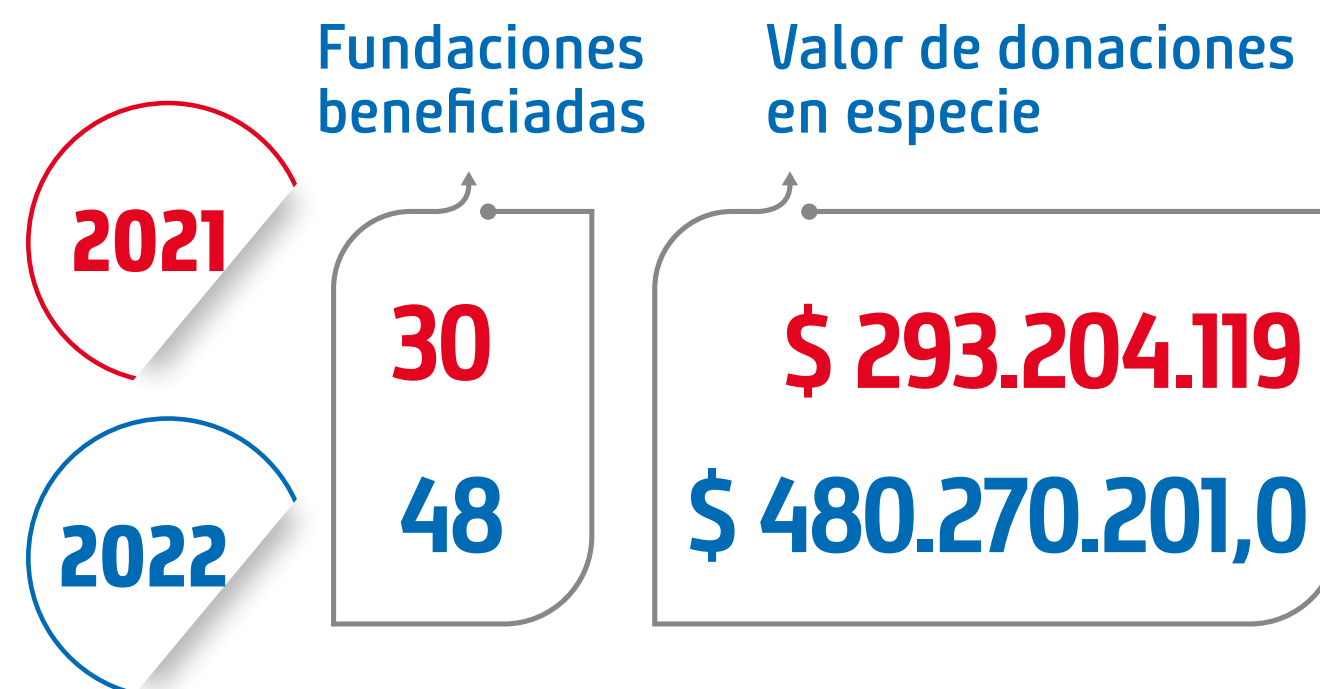


Donaciones de dinero y en especie

Productos que cumplen sueños

Nuestro programa de donaciones en especie brinda la oportunidad a entidades sin ánimo de lucro de acceder a productos que no fueron vendidos en nuestras tiendas, pero que son funcionales para ellos y sus beneficiarios. Esto hace que no solo aportemos a construir sueños y proyectos de hogar, sino a que también mantengamos una operación sostenible en todos nuestros centros de trabajo.

En el 2022, nos enfocamos en renovar este programa le dimos un nuevo nombre "Productos que Cumplen Sueños" y una visual fresca y moderna que diera a entender el objetivo de nuestras donaciones. Adicional a ello, lo hemos llevado a una mejora integral a través de dos frentes principales: el involucramiento de las tecnologías para la automatización del proceso operativo de la gestión y el lanzamiento de la campaña para darlo a conocer a entidades a lo largo del territorio. Con esto, beneficiamos a 48 entidades sin ánimo de lucro, realizamos 93 donaciones a nivel nacional y beneficiamos a 22242 personas.



Productos que cumplen Sueños

Artículos en nuestra casa que buscan una nueva historia.

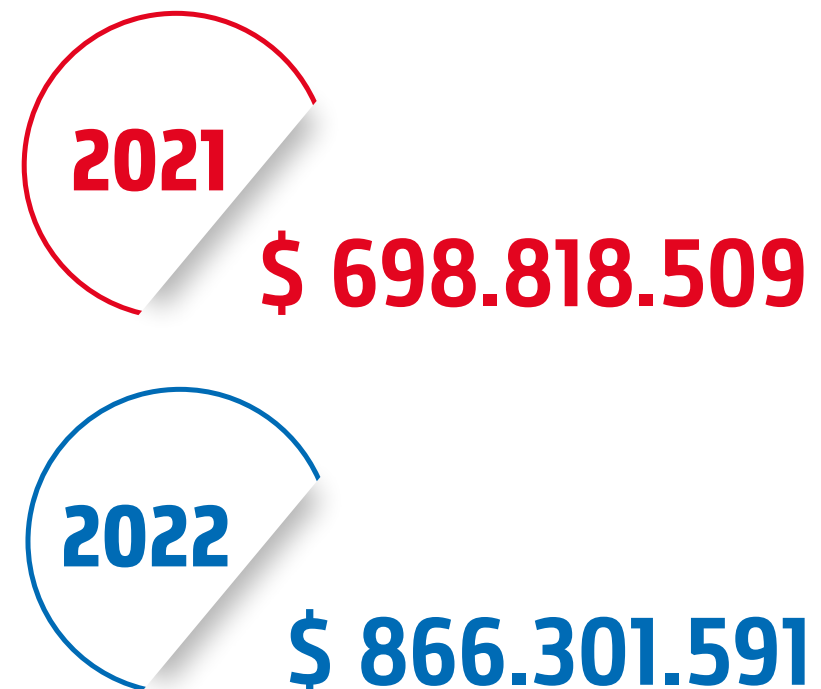
HOMECENTER
SODIMAC CORONA

Para el año 2023, seguiremos trabajando en conjunto con las demás áreas para seguir fortaleciendo el programa, estableciendo criterios para la selección de productos para donación en centros de trabajo y automatizando también el proceso de cara a las entidades que aplican al programa.

Donaciones en dinero

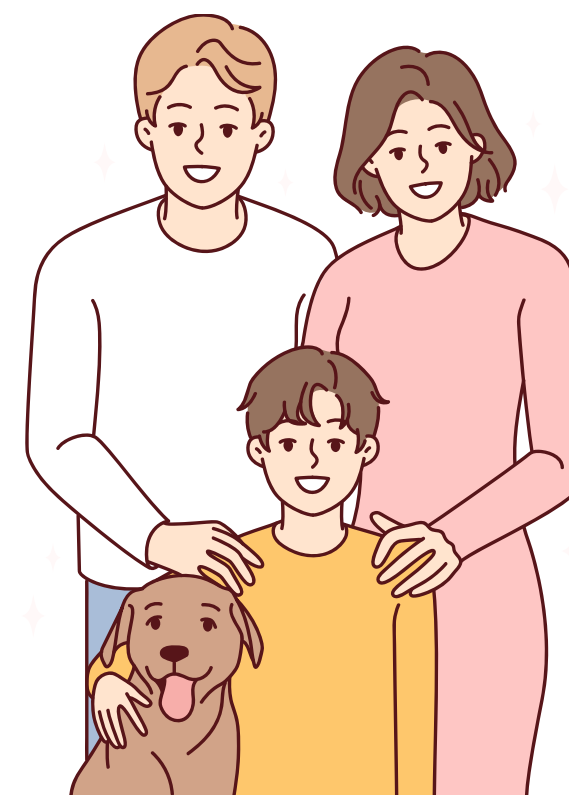
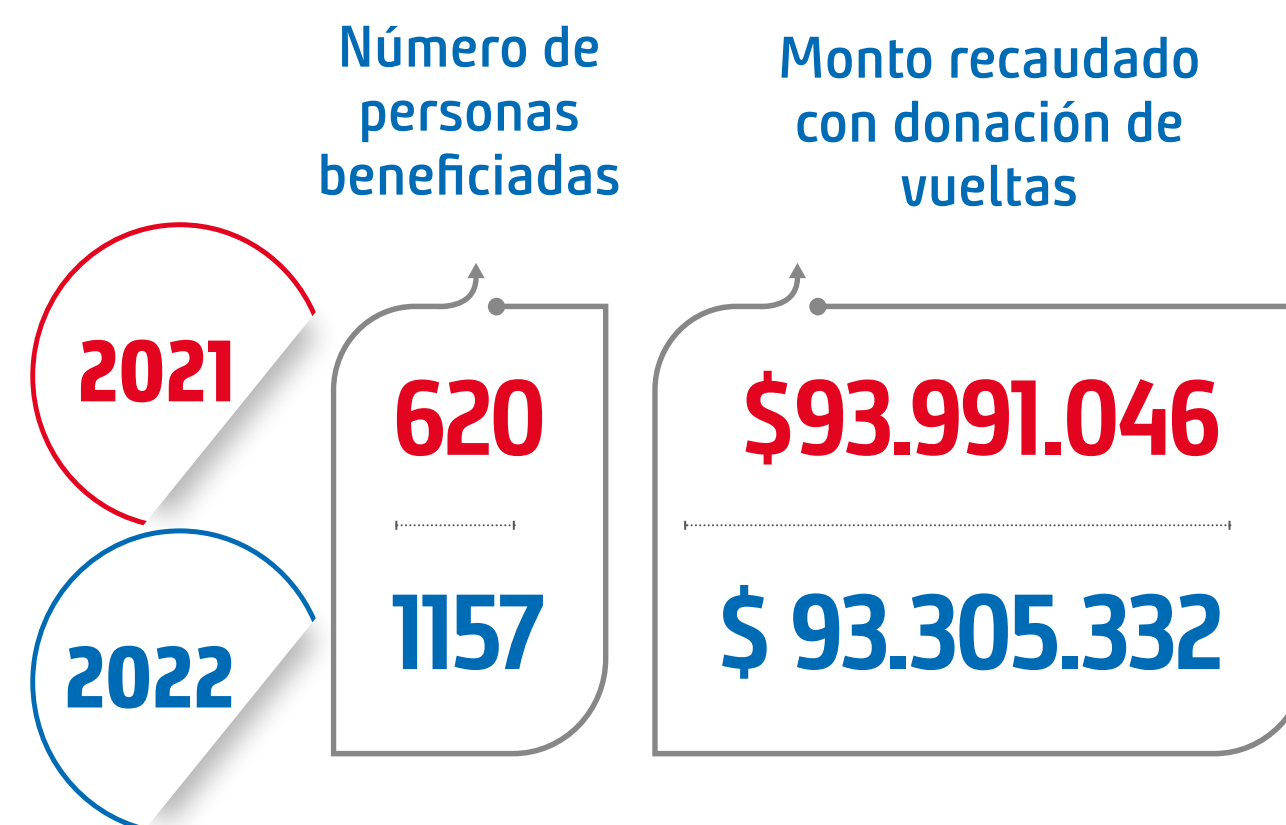
En Sodimac, siempre buscamos contribuir con labores sociales que propicien acercamiento con la comunidad y el aporte a la construcción de país. Por este motivo, también realizamos donaciones monetarias a entidades con proyectos sociales que contribuyan al desarrollo de comunidades vulnerables:

Total dinero donado



Donación de Vueltas:

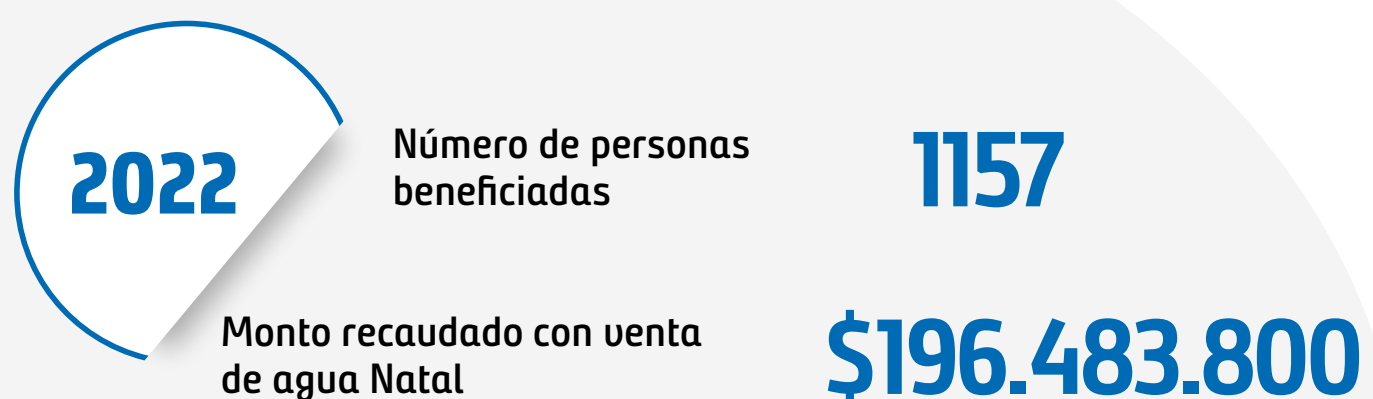
Teniendo en cuenta que involucramos a todos nuestros grupos de interés dentro de los programas de Responsabilidad Social, brindamos la oportunidad para que nuestros clientes puedan aportar a los proyectos de Mejoramiento del Hábitat. Por esto, en el 2022 nos enfocamos en capacitar a nuestros equipos de cajas para que puedan dar a conocer el programa e invitar a los clientes a donar sus vueltas al realizar sus compras.



Recaudo Agua Natal:

Los clientes también pueden aportar comprando botellas de agua Natal, único producto de consumo que tenemos en nuestras tiendas y cuyas ganancias son 100% destinadas a los proyectos de Mi Hábitat.

Para el 2023 seguiremos trabajando en crear nuevas estrategias para dar a conocer las dos formas de aporte por parte de clientes con el fin de aumentar el recaudo para nuestros proyectos que buscan cumplir sueños y proyectos de hogar de las personas más vulnerables del país.



SOS Solidario

Creamos el programa SOS Solidario para atender casos de emergencia sociales y naturales a nivel nacional e internacional y poder actuar de forma ágil para apoyar desde nuestro negocio a las comunidades afectadas por estos eventos con donaciones extraordinarias en dinero o en especie que se activan luego de un análisis de los territorios afectados y las necesidades identificadas.

Teniendo en cuenta el fenómeno de la niña que afectó al país en los últimos meses del año y que llevó al gobierno nacional a declarar medidas por desastre natural por ola invernal, activamos el programa para atender y apoyar a las personas más afectadas por las fuertes lluvias con productos de nuestras tiendas.

Entregamos en alianza con la Fundación Solidaridad por Colombia 200 kits de hogar a familias afectadas en Cundinamarca, departamento más afectado a la fecha de acuerdo con la Unidad Nacional para la Gestión del riesgo de Desastres.



Kit de hogar

- Almohadas x2
- Cobija 150x200xm
- Juego de Ollas 5pzas
- Sartén x3und
- Vajilla Melamina 16pzs
- Cubiertos 16pzs



Plataforma Digital #MiHábitat

Nos encontramos en la recta final del desarrollo de la plataforma digital #MiHábitat, un espacio virtual colaborativo para contribuir al desarrollo de comunidades cercanas a la operación de Sodimac Colombia conectando a los clientes, proveedores, colaboradores/as, donantes y comunidad para realizar proyectos de mejoramiento del hábitat que contribuyan al desarrollo del país.

Con esta iniciativa además de co-crear proyectos con nuestros grupos de interés, buscamos recaudar fondos, materiales y convocar personas y empresas interesadas en donar su tiempo y conocimiento para el beneficio de las comunidades más vulnerables. Además, conectar las iniciativas de alto impacto con entidades del gobierno nacional y local, organismos del sector público y organismos internacionales que contribuyan a generar un impacto a largo plazo.

Con este proyecto, nuestros grupos de interés podrán ser partícipes de las iniciativas y de manera colaborativa, juntos contribuir a construir mejores entornos para todas las personas. Así mismo, todos los aportantes tendrán la posibilidad de conocer el avance de cada uno de los proyectos y la inversión de los recursos.

Durante el 2022 continuamos desarrollando la plataforma como parte de la estrategia de responsabilidad social de la compañía y en el 2023 realizaremos su lanzamiento y daremos inicio a su funcionamiento esperando ligar proyectos sociales de transformación de entornos con donantes de dinero, materiales o tiempo siempre pensando en el beneficio de las comunidades vulnerables y en apoyar el desarrollo de proyectos de alto impacto en Colombia.

Soy Voluntario Sodimac

La solidaridad es uno de los valores principales de nuestros colaboradores y de la familia Sodimac, y el programa de voluntariado brinda espacios para que puedan aportar con sus manos y tiempo a la transformación y embellecimiento de diferentes espacios. Este año, nuestros centros de trabajo solicitaron retomar los voluntariados presenciales por lo cual este año nos enfocamos en realizar diferentes jornadas en distintas ciudades para retomar este programa que a causa de la pandemia no había sido posible retomar al 100%.

Por esto, en una nueva versión recargada y por medio de la gestión de alianzas con diferentes entidades públicas, privadas y del tercer sector, durante el 2022 realizamos 15 intervenciones dentro de las que se encuentran:

- Jornada de siembra de árboles: realizamos la siembra de 100 árboles en el Humedal de Neuta, Soacha junto con la Secretaría de Hábitat de Soacha y la Fundación Catalina Muñoz.
- Jornadas proyectos #MiHábitat: invitamos a los colaboradores a involucrarse en los proyectos integrales de Puerto Colombia y Yumbo, donde pudieron contribuir al mejoramiento barrial en ambas ciudades. En

Puerto Colombia aportaron a la pintura de fachadas y jardinería y en Yumbo, realizaron la construcción de 22 módulos habitacionales y mejoraron la cancha del barrio.

- **Voluntariado en Cartagena:** participamos junto a Falabella Retail y Banco Falabella en la limpieza de la playa de Punta Arena para mejorar este ecosistema afectado por la contaminación. Allí, los voluntarios lograron recoger 310 kilos de residuos no reciclables, 65 kilos de residuos reciclables, 32 kilos de vidrios, y 7 kilos de plásticos, sumando un total de 414 kilos de residuos.



- **Voluntariado Interempresarial escuelas de Soacha:** nos aliamos con Enel, Tigo, Corona, Terpel y Compenzar para embellecer y transformar el espacio de 2940 niños de los colegios Santana y Gabriel García Márquez en la localidad de Soacha. Entre 100 voluntarios de todas las empresas transformamos las fachadas, zonas de juegos y jardín, renovando el espacio en el que se desenvuelven en su día a día.
- **Mejoramiento de parques con Wom:** realizamos 3 jornadas de la mano con Wom para el embellecimiento de 3 parques en Bogotá y Bucaramanga. Pintamos las canchas, le dimos vida a las zonas de juegos y compartimos con la comunidad de las zonas, beneficiando a más de 550 personas con las intervenciones.
- **Mejoramiento de comedor Comunitario Villavicencio:** llegando a diferentes zonas cercanas a nuestra operación, invitamos a los colaboradores en Villavicencio a participar en el embellecimiento del Centro Comunitario del Barrio Santa Fe, mejorando las paredes y fachadas donde 400 personas se vieron beneficiadas.



- **Voluntariado navideño:** le apostamos a una navidad sostenible recolectando juguetes y ropa de segunda mano en nuestras tiendas para llevar una navidad consiente a nivel social y medioambiental de la mano con la Fundación Solidaridad por Colombia. Llevamos 200 regalos recolectados en las tiendas de Medellín, Montería y Bogotá, compartiendo con los niños y niñas el verdadero significado de la navidad.

#SoyVoluntarioDigital

Como consecuencia de la pandemia del Covid-19 este programa nació para que nuestros colaboradores pudieran continuar aportando voluntariamente a las personas que más lo necesitan, pero esta vez a través de su conocimiento. Durante el 2022 continuamos con este programa, ya que logramos conectar a colaboradores de toda la compañía y nuestros canales de venta con fundaciones a lo largo de todo el territorio nacional por medio de la virtualidad. En este sentido, cada voluntario digital aporta a la solución de un reto puntual o en el desarrollo de proyectos de impacto social, aportando a alcanzar las metas propuestas por los objetivos de desarrollo sostenible.

En el 2022 contamos con 2 ediciones de Voluntariado Digital, beneficiando en la primera edición a 1364 personas y en el segundo aumentando a 2407. Algunos de los retos en los que se trabajaron fueron:

- **Fundación Hogar y Vida:** actividades lúdicas para adultos mayores y capacitación en Salud y Seguridad en el Trabajo.
- **Banco de alimentos:** capacitaciones en servicio al cliente, optimización de recursos y espacios, liderazgo y comunicación efectiva, liderazgo y comunicación asertiva, aprovechamiento del tiempo libre.
- **Palabra Pan y Pez:** edición y actualización de página web.
- **Aldeas Infantiles:** Capacitaciones en habilidades comerciales, inteligencia emocional, manejo de la frustración, comunicación efectiva, estrategias en cierres comerciales y persuasión.

2021



20
Personas
beneficiarias



16
Voluntarios
/as



40
Horas
donadas



2022



5222
Personas
beneficiarias



320
Voluntarios
/as



1625
Horas
donadas

- **Fundación Albeiro Vargas:** apoyo en la gestión de proyectos y mapeo de alianzas en el sector privado.
- **Fundación World Vision:** talleres para jóvenes en condición de vulnerabilidad en empleabilidad, marketing digital y servicio al cliente, liderazgo e inteligencia emocional y educación financiera.
- **Cambiando Historias:** actualización de página web, creación y difusión de contenido, edición de fotos y videos.
- **Fundación para la reconciliación:** diagnóstico y creación de estrategias comerciales.
- **Centro de Apoyo Vivir:** visibilización del trabajo y los proyectos de la fundación a través del desarrollo de contenidos digitales empoderando a la comunidad beneficiaria.
- **Corporación Semillas de Fe:** se capacitó a los beneficiarios en emprendimiento, manejo de finanzas y oratoria para el manejo de público.
- **Fundación del Quemado:** capacitaciones al equipo de trabajo en salud y seguridad en el trabajo con énfasis en salud mental.
- **Fundación Camino de Vencedores:** apoyo en las capacitaciones en manejo de herramientas digitales.
- **Fundación Angelluz:** capacitación al equipo de trabajo en salud y seguridad en el trabajo, específicamente en temas de ergonomía.
- **Fundación Academia Neva Lallemand:** planeación, diseño y puesta en marcha del proyecto "Rumba terapia" que beneficiará a los adultos mayores miembros de la fundación.
- **Fundación Ramona Pets:** capacitación en temas de marketing para lograr identidad corporativa e identidad institucional.



- **Fundación Opam:** capacitación a los colaboradores de la fundación para fortalecer el área de ventas.
- **Fundación Zion:** Actualización de la página web añadiéndole un carrito de compras con opción de pago en transferencia y Pay U, para así conseguir recursos a través de ventas online.
- **Fundación Waima:** diseño y estructuración de un plan padrino para niños y niñas de la comuna 3 de Medellín. Además, se realizaron publicaciones en las redes sociales correspondientes al plan padrino y a las donaciones navideñas.
- **Misión en Territorio:** creación de contenidos para redes sociales orientados a los grupos de interés y cursos presenciales y virtuales destinados al emprendimiento. Se crearon canales para la divulgación de voluntariados y se realizó el diseño estratégico organizacional (misión, visión). Se realizó acercamiento con otras organizaciones de interés.



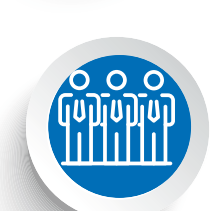
2407
Personas beneficiarias



198
Horas donadas



94
Voluntarios/as



22
Total funcionarios



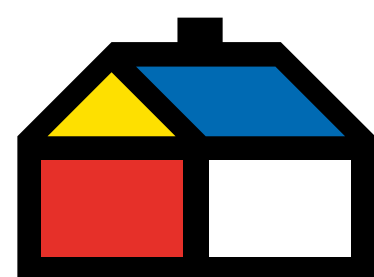
- **Reina Madre:** implementación de estrategias para dar a conocer la fundación en redes sociales.

Relacionamiento con comunidades en aperturas

Tenemos una relación de confianza y reciprocidad con las comunidades impactadas por nuestra operación, es por eso que contamos con un protocolo de relacionamiento que establece cómo debe ser el proceso de intervención en las tres etapas fundamentales: preconstrucción, construcción y posconstrucción, las cuales se describen a continuación:

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

Durante el 2022 no tuvimos aperturas de tiendas, continuamos con las 40 a nivel nacional. Seguiremos trabajando para mantener la relación de confianza y reciprocidad que hemos creado con las comunidades en las que ya hemos generado impacto y estamos listos para implementar el protocolo en el momento que sea necesario debido a una nueva apertura.



Marketing y comercio responsable: nuestros clientes

La relación con nuestros clientes es de gran importancia, por lo que aseguramos una comunicación transparente y oportuna en los diferentes espacios de relación. Los valores del respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad nos permiten crear lazos de confianza y credibilidad. Nuestro propósito es desarrollar prácticas responsables que les permitan a nuestros clientes tener una mejor experiencia de compra y apoyarnos en nuestro propósito de juntos construir sueños y proyectos de hogar para todos los colombianos.

En 2022 continuamos siendo un referente de transformación e implementación digital a través de diferentes programas de innovación para nuestros clientes. Entre los cuales se encuentran nuevas funciones de nuestras pantallas digitales en tienda, como lo son: seguimiento a la compra, autogestión de datos personales y el formulario web “te escuchamos”, diseñado para gestionar los requerimientos de nuestros clientes.

Adicionalmente, se destaca el desempeño positivo de nuestra App Homecenter con 164 millones de visitas, lo que refleja un aumento de 9% frente a 2021. Creemos en los múltiples beneficios que ofrece la inteligencia artificial, por lo que trabajamos en ofrecerle a nuestros clientes soluciones rápidas y eficientes por medio de su uso. A continuación, podrán conocer los programas implementados durante el año 2022.



Ética publicitaria

Construimos lazos de confianza con nuestros clientes a partir de la implementación de una ética publicitaria transparente y honesta. De esta manera, nuestros colaboradores llevan a cabo la más alta ética personal y profesional en la creación de información comercial. Implementamos un ejercicio de escucha constante, por lo que para nosotros es fundamental que las quejas, reclamos y opiniones de nuestros clientes se tomen en cuenta y sean gestionadas de manera eficiente. Cabe resaltar que la ética no es un aspecto exclusivo de nuestro equipo comercial, sino que se desarrolla de manera armónica y transversal a todas las áreas de nuestra organización. Por esta razón, suministrar información veraz, responsable y oportuna es un compromiso de toda la compañía.



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

En 2022 continuamos capacitando a nuestro personal en temas de ética publicitaria con el objetivo de mantenernos actualizados de los cambios, tendencias y marco regulatorio. Con esta capacitación logramos concientizar a nuestros colaboradores sobre los impactos positivos y negativos que tiene el marketing y la publicidad sobre la toma de decisión de los consumidores.

Asimismo, entender que la publicidad se ha convertido en una herramienta fundamental de comunicación entre las empresas y los clientes, razón por la cual los valores que sean implementados serán decisivos en la creación de relaciones de confianza y preferencia frente a la competencia.

En esta oportunidad contamos con el apoyo de múltiples áreas de la compañía, entre las cuales se encuentran Jurídica, Mercadeo, Relacionamiento y Agencia Creativa. Con las áreas participantes se logró indagar acerca del significado y la importancia de la ética publicitaria, siendo esta la garante de principios indispensables del mercado como lo son la competencia justa, la diversidad, la innovación y la productividad.

El reconocimiento de la responsabilidad que tenemos como empresa sobre los mensajes y valores que son transmitidos por medio de la publicidad, influye en la construcción de una sociedad y modelo de mercado equilibrado, equitativo y justo. Adicionalmente, la adopción de altos estándares éticos nos permite cumplir nuestra misión de ser la empresa más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América Latina.

Esta capacitación configura uno de los grandes logros del 2022 ya que nos permitió ampliar el conocimiento de nuestro equipo sobre los lineamientos de la Súper Intendencia de Industria y Comercio (SIC) y seguir mejorando la forma en la que damos soluciones a las necesidades de nuestros clientes.



Campañas de prevención, transparencia y ética empresarial

Como parte del Programa de Transparencia y Ética Empresarial realizamos campañas a todos nuestros grupos de interés con el fin de fortalecer el conocimiento y el cumplimiento de los valores corporativos que garanticen el actuar con honestidad y transparencia en todo momento. Dando cumplimiento a la Ley 2195 "Medidas en Materia de Transparencia, Prevención y Lucha Contra la Corrupción", se realizó la actualización del Manual de Transparencia y Ética Empresarial donde se incluyeron la política de protección al denunciante y la política relacionamiento con funcionarios públicos.

De esta manera, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: primero, la capacitación anual de los colaboradores. Segundo, la actualización de la Matriz de Riesgos. Tercero, el monitoreo de señales de alerta en la vinculación de clientes, proveedores y contratistas. Cuarto, la evaluación de conflictos de interés de colaboradores. Quinto, la divulgación a clientes, proveedores y contratistas del Manual de Cumplimiento actualizado y el Código de ética, con el fin de asegurar la transparencia en las relaciones comerciales. Finalmente, se reforzó el conocimiento de nuestros canales de denuncia a clientes, proveedores y contratistas con el fin de garantizar el reporte de situaciones que vayan en contra de los valores y lineamientos de la compañía.



BauKer. **KOLOR** **Pintuco** **corona** **topex** **DURESCO** **MC**

Categorías Destacadas

- Pinturas**
 - Pintura para Interior
 - Pinturas de Exterior
 - Pintura para Maderas
 - Pinturas para Metales
 - Pinturas para Piso y Demarcación Vial
 - Pinturas en Aerosol
 - Estucos y Primer
 - Estucos Venecianos
 - Adhesivos, Siliconas y Selladores
 - Inmunizantes, Selladores y Masillas para Maderas
 - Masillas, Wash Primer y Anticorrosivos para Metal
 - Preparación de Superficies
 - Artes, Manualidades y Hobbies
 - Brochas, Rodillos y Herramientas para Pintar
 - Diluyentes, disolventes y removedores para Pinturas
 - Pinturas para Piscinas y Tanques
 - Pinturas Especializadas e Industriales

¡Encuentra el color perfecto con nuestro Asistente Virtual de Pinturas!

Conoce aquí todo sobre nuestro **Servicio de Aplicación de Pinturas** [Ver Ahora](#)



Nuestro compromiso con la calidad

La relación con nuestros clientes parte de la honestidad y responsabilidad, lo que incluye que aseguremos la venta de productos y servicios de alta calidad. Por esta razón estamos comprometidos con el seguimiento y monitoreo de nuestra mercancía, basándonos en estándares y normatividad nacional e internacional. Adicionalmente, implementamos una serie de filtros al momento de buscar nuevos proveedores, teniendo en cuenta su trayectoria en la ejecución de criterios sostenibles. Lo anterior, es posible a través de la auditoría de fábrica, proceso mediante el cual se valida la información suministrada por el proveedor.

Tomar decisiones consientes y oportunas es de nuestras principales estrategias para mantener estándares de calidad deseados en nuestra compañía. Por esta razón implementamos la herramienta de auditoría de fábrica que nos permite medir la calidad del proveedor y los productos que ofrece, como requisito para su contratación. Es así como garantizamos un excelente desarrollo en toda la cadena

de suministro y la incorporación segura y responsable de nuevos proveedores. Durante el 2022 continuamos fortaleciendo el trabajo colaborativo con la plataforma Sedex, la cual permite hacer prácticas de auditoría y medición de cumplimiento de indicadores comerciales éticos. La plataforma Sedex sirve como soporte de nuestra ética comercial y promueve nuestro objetivo de ser la empresa líder en el desarrollo de formas de producción sustentables.

Durante el año seguimos poniendo en marcha el plan de acción elaborado en el 2021 para garantizar el cumplimiento de los proveedores, disminuir las inconformidades y quejas de los consumidores, promover la apropiación de la plataforma Sedex y mejorar los controles de calidad en nuestras tiendas a nivel nacional. Lo anterior a través de los siguientes pasos:

- 1 Reconocer a los proveedores durante la etapa inicial, en esta se realiza una encuesta que arroja resultados de calidad en relación a su gestión y los productos que ofrece. De no ser el resultado esperado se cataloga como un proveedor de alto riesgo, por lo que no se procede con la codificación del mismo.

- 2 Con la herramienta HUB de Proveedores UAM, el área de Control de Calidad evalúa a los proveedores que se encuentran en plataformas de marketplace. Cabe aclarar que, de no superar la evaluación, el proveedor tiene la posibilidad de contratar una casa auditora en búsqueda de certificación de aprobación.
- 3 Se realiza la auditoría de fábrica, caracterizada por su eficiencia y resultados satisfactorios en años anteriores.

De esta manera, una vez el proveedor cumple satisfactoriamente los requisitos mencionados se da inicio a la etapa de codificación del producto. Para lo anterior, es necesario el certificado de conformidad que se sistema-

tiza en la plataforma Product Information Management (Sistema de información centralizada). La plataforma automatiza e integra la información para que las diferentes áreas puedan consultarla y hacer uso de ella.

Fases del ciclo de vida de productos y servicios

Cada año analizamos y medimos las fases del ciclo de vida de productos y servicios, por medio de las cuales evaluamos los impactos en la salud y seguridad del cliente. De esta manera, para nosotros es fundamental cumplir con los más altos estándares de calidad en los procesos de producción, distribución y venta para así ofrecer un producto final que no atente en su uso contra el bienestar del cliente. El año 2022 no fue la excepción.

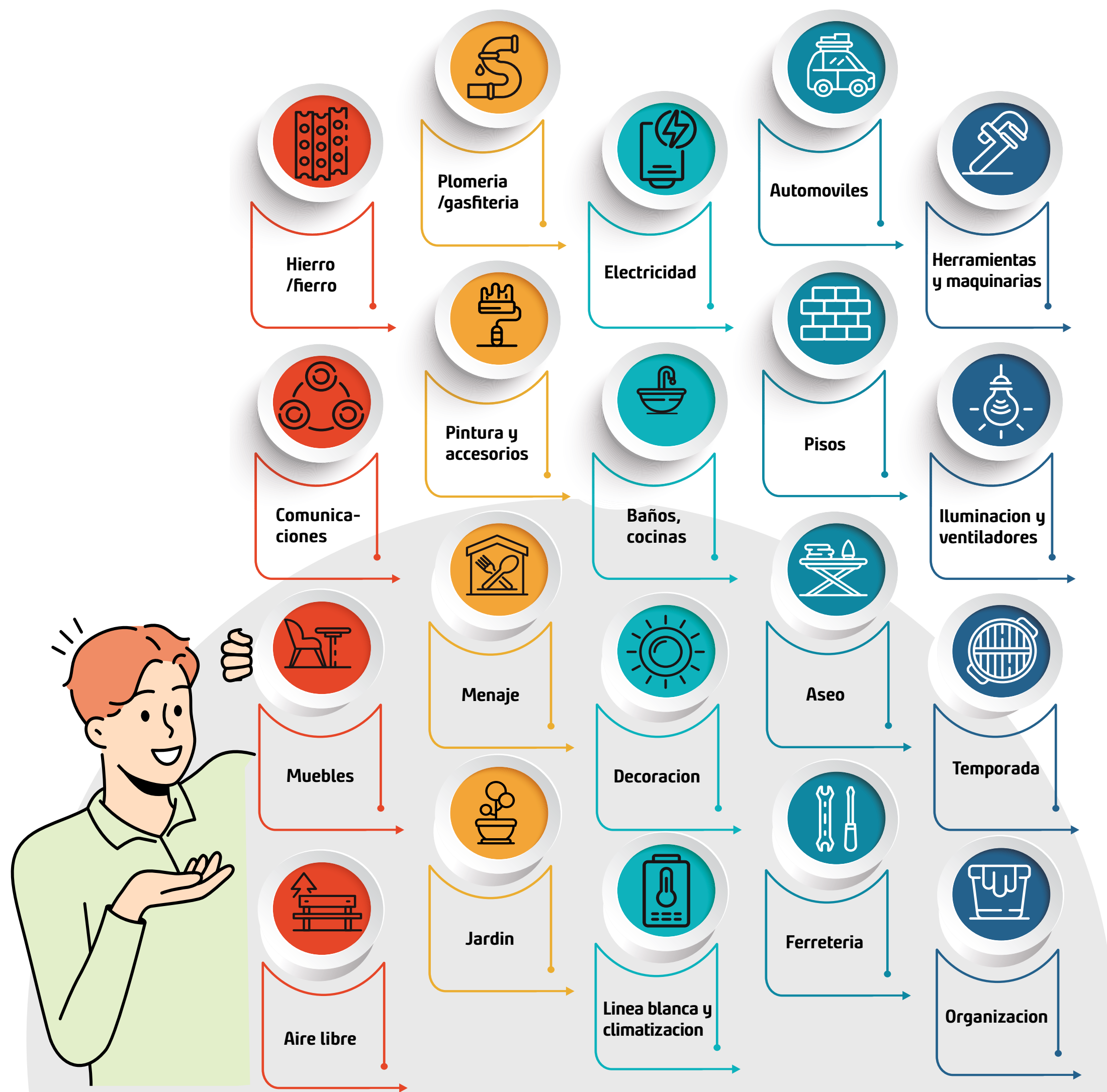
Medición



Testeo de los productos

El compromiso que tenemos con nuestros clientes también se ve reflejado en la ejecución de testeos de nuestros productos a nivel nacional y corporativo. Tal ejercicio es realizado con la orientación de laboratorios certificados que se

encargan de comprobar la normativa, seguridad y buena calidad de nuestra mercancía. Por tal razón, durante el año 2022 identificamos los productos que cumplen con el reglamento técnico protegido por la Superintendencia de Industria y Comercio.



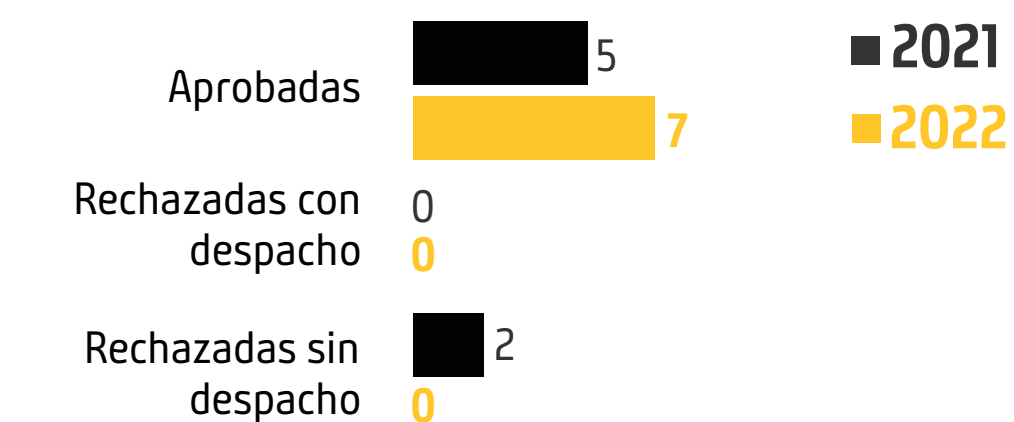
Inspecciones

Durante el año 2022 llevamos a cabo inspecciones de nuestros productos nacionales, con el objetivo de verificar el cumplimiento de estándares de empaque, rotulación, código de barras, accesorios y manuales. Respecto a los productos importados, se realizó la verificación de especificaciones técnicas, componentes y características funcionales. Los resultados para determinar si se puede vender el producto pueden ser:

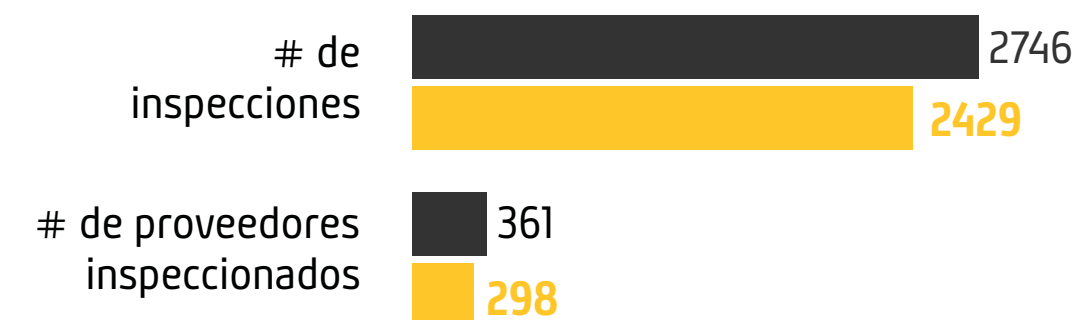
- **Aprobado:** Cumple el 100% de los requerimientos solicitados.
- **Rechazado con despacho:** Después de ser rechazado, se realizaron unas mejoras y alcanzó a cumplir con los requisitos.
- **Rechazo sin despacho:** No se despacha ya que no cumple con los estándares de calidad.

Resultados de las inspecciones realizadas:

Inspecciones de producto nacional



Inspecciones de producto Asia



Identificamos y gestionamos los riesgos de nuestros productos y servicios

El estudio y gestión de riesgos sociales y ambientales configura un aspecto fundamental en la garantía de productos de alta calidad, por lo cual realizamos seguimiento a tales riesgos en pro de cuidar la salud y bienestar de nuestros colaboradores, clientes y medio ambiente.

En 2022 continuamos trabajando en parámetros de seguridad y salud, por esta razón nuestros proveedores deben asegurar la creación de formatos que especifiquen los riesgos químicos de los productos suministrados. Adicionalmente, se acordaron plazos para la entrega de documentos pendientes o proceder a discontinuar productos que no cumplan el requisito o justifiquen la excepción.

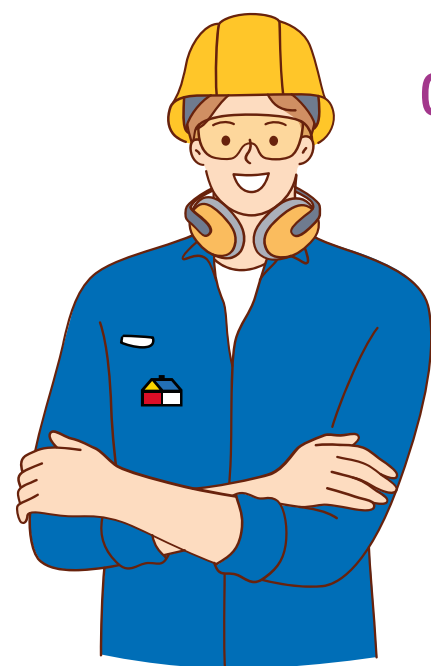
Entre los productos a los que realizamos seguimiento, en la categoría de riesgos gestionado, se encuentran:

Car Center



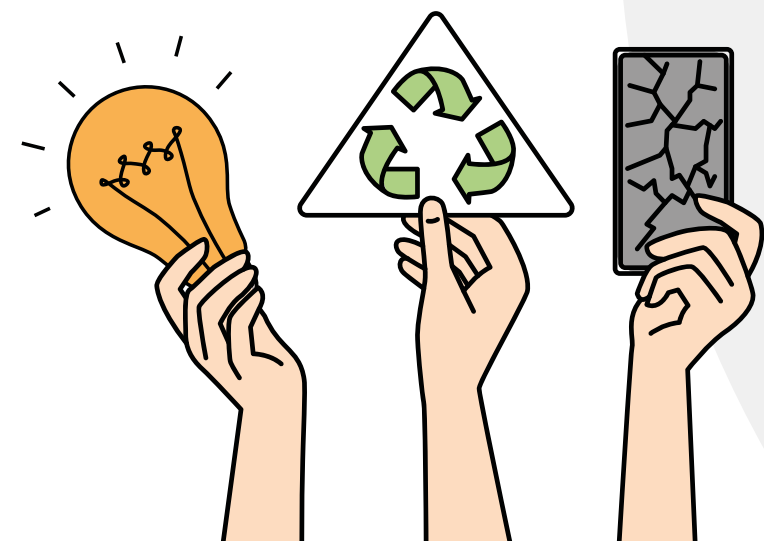
- Cambio de aceite.
- Almacenamiento de llantas.
- Limpieza y mantenimiento de vehículo (generación de trapos y estopas).
- Balanceo de vehículos (plomo).
- Lavado de vehículos con equipo a presión.
- Uso de sustancias químicas y otros limpiadores en el lavado.

Construcción



- Venta de artículos para la construcción.
- Corte de madera.
- Recepción de materiales pesados como maderas, metales, maquinaria, entre otros.
- Abastecimiento de combustibles a herramientas de alquiler.
- Construcción y remodelación de tienda.

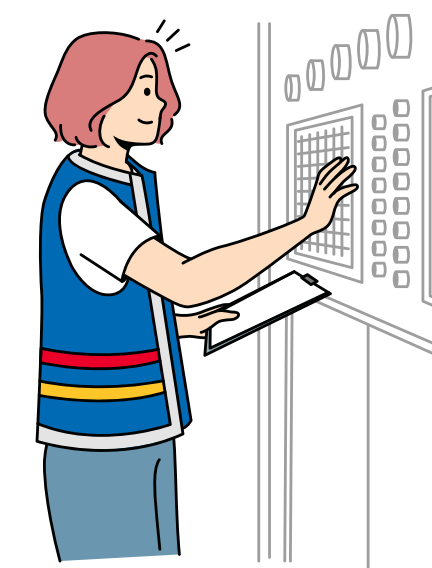
Recolección de materiales usados y/o reciclables



- Recepción de bombillas y pilas.
- Recepción y cambio de llantas, baterías, aparatos eléctricos y electrónicos.

- Uso de bolsas plásticas, venta de productos.
- Exhibición y venta de sustancias químicas.
- Preparación de pintura y mezclas de pintura (máquina de pinturas).

Almacenamiento de productos



- Almacenamiento selectivo de residuos reciclables y peligrosos.
- Almacenamiento de combustibles líquidos.
- Almacenamiento selectivo de residuos ordinarios.

Venta y exhibición



- Muestreo de agua potable.

Uso de recursos no renovables



Auditoría de fábrica en formato digital

Con la ayuda de medios digitales logramos realizar las auditorías de fábrica 100% virtuales, optimizando el tiempo y ampliando el alcance para contar con un mayor número de proveedores. De igual forma, realizamos las evaluaciones de manera digital, por lo que los proveedores tienen la posibilidad de subir sus documentos en línea, sin necesidad de desplazarse a nuestras instalaciones físicas. Por medio de videollamadas se dieron a conocer las fábricas, así como la metodología y estándares de producción de la mercancía. Finalmente, esta gestión nos ha permitido evaluar a múltiples proveedores y asegurar la prestación de productos y servicios de la mejor calidad.

Certificados de producto disponibles en la página web

En 2022 seguimos avanzando en poner a disposición de nuestros clientes certificados de conformidad de diferentes productos en nuestra página web. De esta manera, nuestros clientes pueden obtener los certificados desde su casa sin la necesidad de dirigirse a nuestras tiendas físicas. Esta estrategia nos ha permitido optimizar el tiempo de nuestros clientes y colaboradores, dando soluciones eficientes y oportunas.

Certificación de producto en origen

En 2022 seguimos trabajando en la certificación de productos en el punto de origen para aquellos reglamentos técnicos que lo permiten. De esta manera logramos asegurar mayor surtido de producto disponible para la venta. Para así brindar el mejor servicio a nuestros clientes.



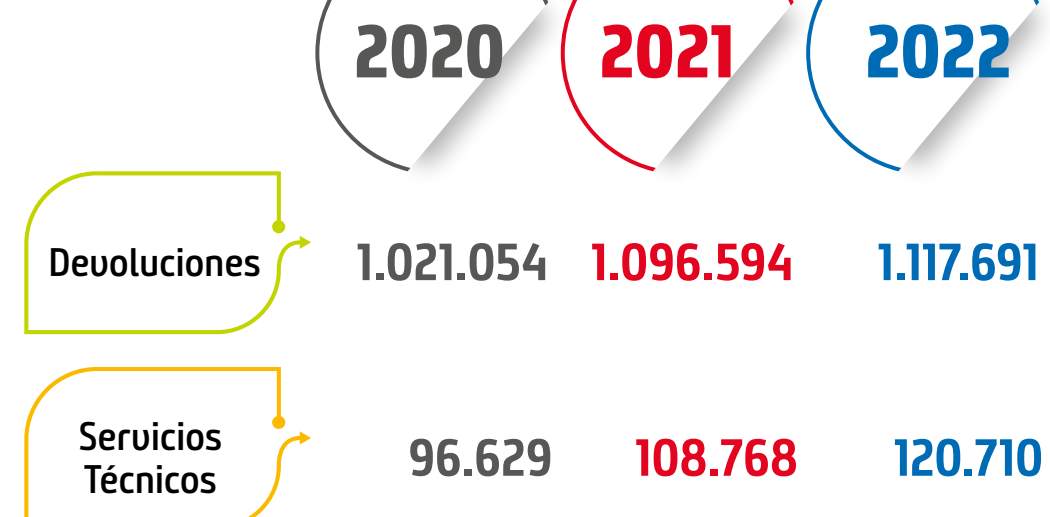
Soporte técnico

Para nosotros es indispensable escuchar las opiniones, quejas y reclamos de nuestros clientes durante las etapas de venta y posventa, por lo que tenemos a su disposición múltiples canales de atención. Lo anterior, dando garantía a los derechos del consumidor y la normatividad establecida por la SIC. Adicionalmente, la gestión de los requerimientos nos permite rastrear nuestras fallas y encontrar oportunidades de mejora. Trabajamos y mejoramos constantemente para cumplir los sueños y proyectos de hogar de nuestros clientes.

Por otra parte, en 2022 fortalecimos la implementación de la herramienta Agiliza tu Devolución, incentivando la autogestión por parte del cliente. Lo anterior, con el objetivo de disminuir el tiempo de espera. Somos conscientes de lo valioso que es para nuestros clientes la automatización de procesos mediante el uso de medios tecnológicos, por esta razón trabajamos constantemente para traer funciones y servicios innovadores. Asimismo, reforzamos la omnicanalidad en la gestión de las garantías y el estado de las mismas vía correo electrónico.

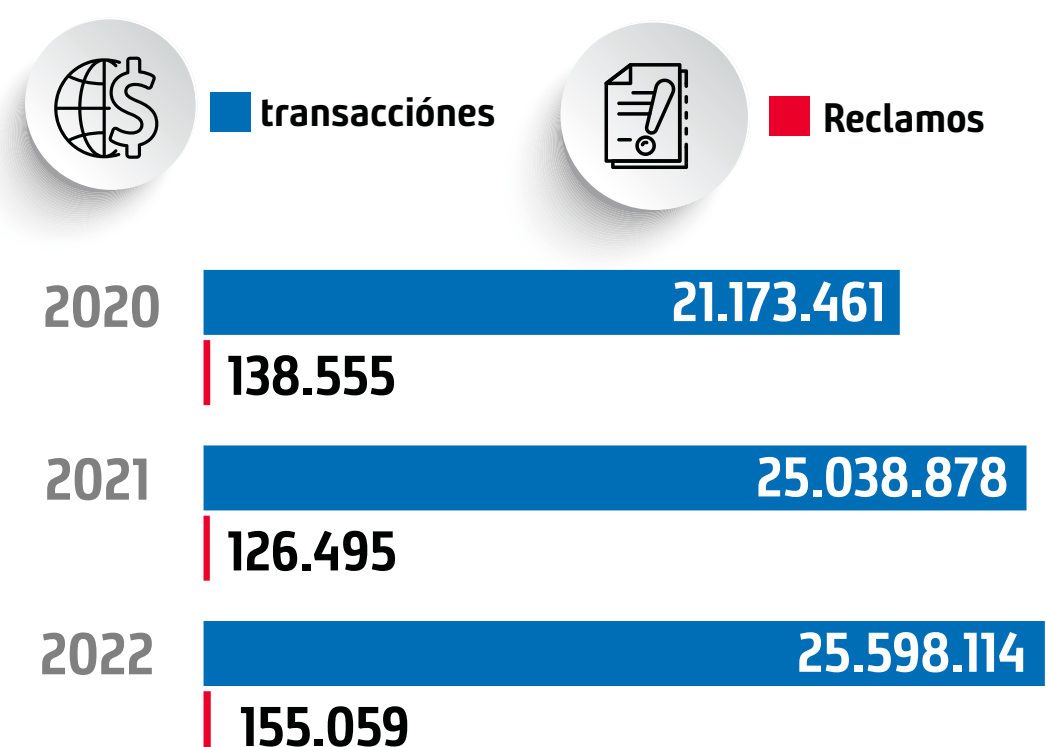


Procedimiento



Reclamos

Tenemos el compromiso de buscar y adaptarnos a nuevas formas de abordar las necesidades de nuestros diferentes tipos de clientes. En este sentido, hemos implementado canales de atención con personal capacitado para brindar soluciones ágiles y oportunas. Lo anterior, resulta indispensable ya que al evidenciarse un incremento progresivo del número de transacciones aumenta a su vez el riesgo de reclamos.



Mejorando el viaje de compra de nuestros clientes

Brindar la mejor experiencia de compra ha sido nuestro principal objetivo al momento de pensar en nuestros clientes, por lo que cada año trabajamos en traer disposiciones innovadoras para facilitar los procesos. Lo anterior, ha sido un reto con la hiperaceleración digital de los últimos dos años, sin embargo, nos hemos sabido adaptar a los cambios siendo consientes en todo momento que el cliente es nuestra prioridad. A continuación, se realiza una breve descripción de los avances en esta materia desarrollados durante el 2022.

Agiliza tu proceso de devolución

Disponible si ya recibiste el producto y está en condiciones aptas para su venta (sin uso, sin armar, en el empaque original, catálogos, manuales y todas sus piezas).

Una vez finalizado el proceso podrás acercarte al área de devoluciones y garantías. Ver políticas de devolución.

Número de identificación.* (Asociada a tu cuenta)

1015000000

Correo electrónico.*

correoejemplo@serviciodemail.com

Busca tus compras

Agiliza tu devolución

Seguimos con nuestro programa de Agiliza tu Devolución. Gracias a esto, en 2022 el programa contó con el apoyo de 339.605 clientes, lo cual nos trae beneficios como agilidad en el proceso, disminución en el tiempo de espera, y principalmente, una mejora importante en la experiencia de clientes dentro del área de Devoluciones y Garantías.

Escuela pasión por el cliente

Este año trabajamos fuerte en dos nuevas materias de nuestra escuela: primero, Atención requerimientos, dirigida a asesores y coordinadores de experiencia de cliente. En ella realizamos capacitamos quincenalmente sobre los diferentes procesos de atención de reclamos en tiendas y venta a distancia. Con estas jornadas, 101 personas fueron capacitadas, en 39 sesiones de una hora cada una. Segundo, Emocionarte, dirigida a líderes de tienda y ejecutivos de cuenta Homecenter Empresas. Construimos 5 podcast en los cuales desarrollamos contenido sobre las emociones y como gestionarlas con los colaboradores en tiendas. Con lo anterior, 969 personas fueron capacitadas en esta materia.

Capacitaciones Cultura de Servicio

Entre enero y diciembre de 2022 realizamos capacitaciones en nuestras 40 tiendas a nivel nacional, impactando a colaboradores directos y terceros de la compañía. En total

23.114 colaboradores recibieron capacitación, de los cuales 11.771 corresponden a personal Sodimac y 11.343 son terceros (transportadores, seguridad, mercadeo, aseo e instalaciones).

Escuchando tu vez desde casa:

Este programa hace referencia a un conversatorio liderado por las áreas de Gestión Humana y Experiencia de Clientes en cada almacén. A este taller, invitamos a colaboradores que requieren un refuerzo en conceptos recibidos en la inducción general a la compañía. Su propósito es reafirmar conceptos. En 2022, 1.176 personas vivieron este taller.

Programa de reconocimiento Tu Pasión Cuenta

Reconocimos la labor de nuestros colaboradores, ya que en 2022 logramos tener 10.165 comentarios positivos, 3.580 historias WOW (videos grabados por clientes que cuentan una experiencia extraordinaria) y 452 líderes de servicio a nivel cadena.



Transformación Digital

Integración de canales

Nos mantenemos actualizados de los cambios y mejoras en materia digital para ofrecer los mejores productos y servicios del mercado. Así, hemos creado vínculos de preferencia con nuestros clientes, al ofrecer promociones flexibles y novedosas perfectas para cada uno de nuestros tipos de clientes, lo que nos permite crear experiencias únicas.

Parte de nuestro desarrollo digital está en ofrecer a nuestros clientes absoluta comodidad al momento de comprar, queremos que estos sean espacios y momentos que puedan disfrutarse, alejándose de trabas y dificultades por no estar en una tienda física. Por esta razón, trabajamos en la creación y fortalecimiento de nuestros canales digitales de forma transversal. Entre los logros del 2022 se encuentra la creación del servicio al cliente vía WhatsApp, ahora nuestros consumidores tienen la opción de realizar requerimientos por este medio. En principio pueden auto gestionar sus solicitudes con opciones de consultas automatizadas de los motivos más comunes o si se prefieren está la opción de comunicarse con un agente de servicio para resolver los requerimientos.

Adicionalmente, creamos la función de auto gestión de clientes por medio de las pantallas digitales que tenemos disponibles en nuestras tiendas físicas. Nuestros clientes ahora tienen la opción de autogestionarse en 3 de los temas principales y con mayor volumen en las consultas que nos realizan por diferentes canales:

- **Seguimiento a la Compra:** El cliente puede hacer el tracking de cómo va la entrega de su pedido.
- **Autogestión de Datos Personales:** Los clientes pueden solicitar directamente la gestión: suprimir, modificar o eliminar sus datos personales
- **Formulario Web "Te Escuchamos":** El cliente puede registrar sus PQRS directamente en las pantallas.

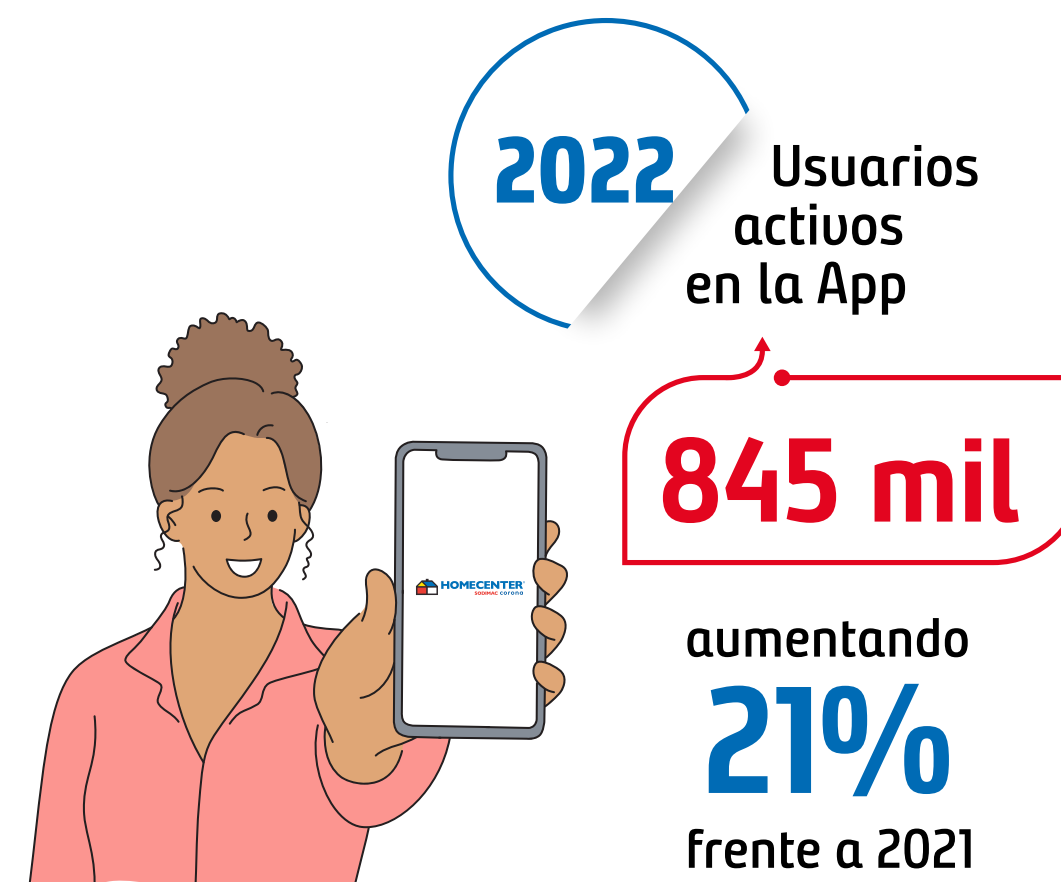
Página Web

Nuestra página web es nuestro principal canal de comunicación y venta digital, a través de ella nuestros clientes tienen acceso a múltiples funciones como lo son: adquirir productos y servicios, solicitar nuestra tarjeta CMR del Banco Falabella, acumular CMR puntos, solicitar facturas electrónicas, registrar sus empresas, conocer nuestras iniciativas de Responsabilidad Social y mucho más. Por esta razón, es de destacar que obtuvimos 164 millones de visitas entre la página web y la App Homecenter.



App Homecenter

Nuestra App Homecenter es perfecta para realizar compras y solicitudes desde el celular. Por lo que a través de este canal nuestros clientes pueden escanear los productos y conocer su precio, disponibilidad a nivel nacional, la tienda en la que se encuentra y consultar el tiempo de entrega. Asimismo, tienen la opción de cancelar sus productos con la función Escanea y Paga o generar un código de pago y cancelar en una caja prioritaria. Adicionalmente, pueden auto gestionar sus listas de cotizaciones y compartirlas con otras personas. Todo lo anterior, nos ha permitido ofrecerles a nuestros clientes una experiencia moderna y descongestionar las filas en nuestros almacenes.



Pantallas Digitales en Tienda

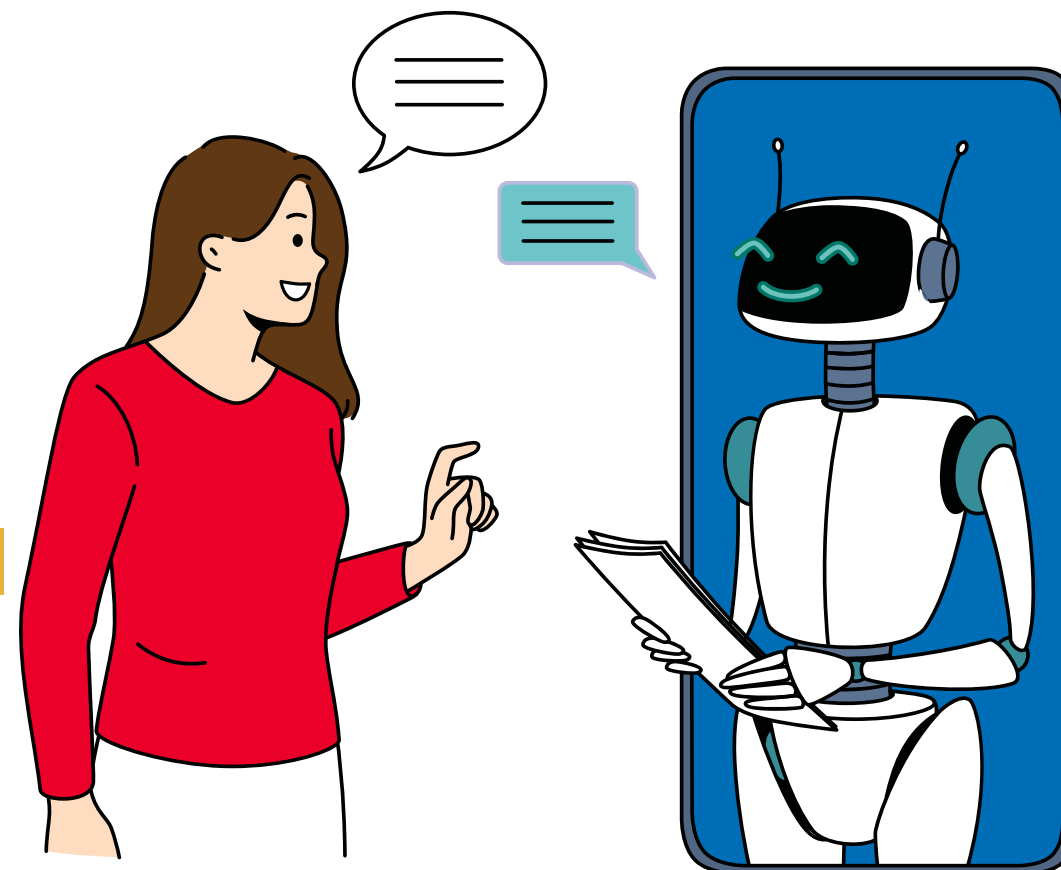
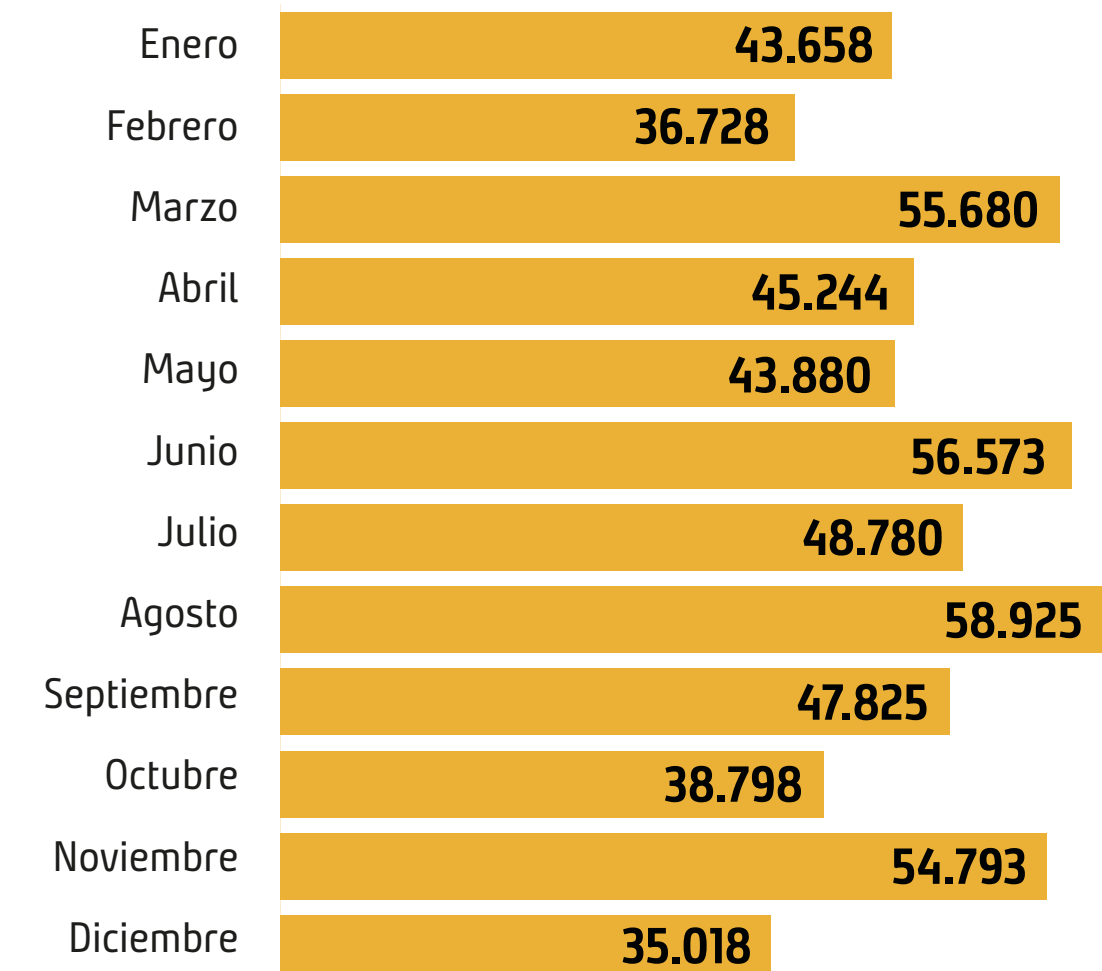
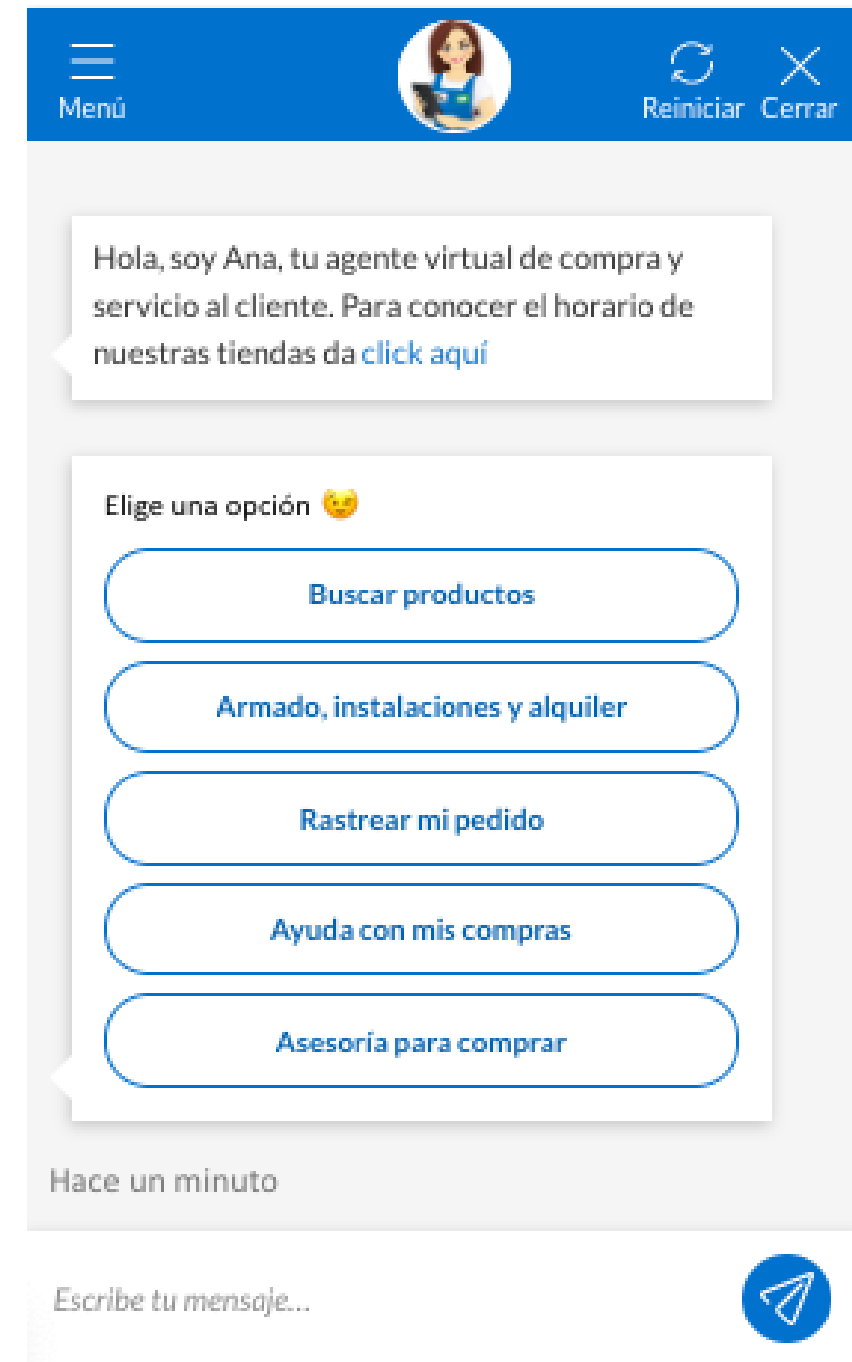
El canal pantallas cerró el 2022 con una venta de 215 mil millones, logrando crecer un 33% respecto al 2021 y participando un 26,2% sobre la venta Retail Digital, esto último significa que el 18,8% de las ventas netas se realizaron por este medio.

Adicionalmente, expandimos el desarrollo de Pantallas 3.0 a nivel nacional, este proyecto se inició a finales del 2021 y nos ha permitido cumplir con el objetivo de empoderar y convertir a los asesores en promotores digitales involucrados con la transformación tecnológica de la compañía.



ChatBot Servicio al Cliente

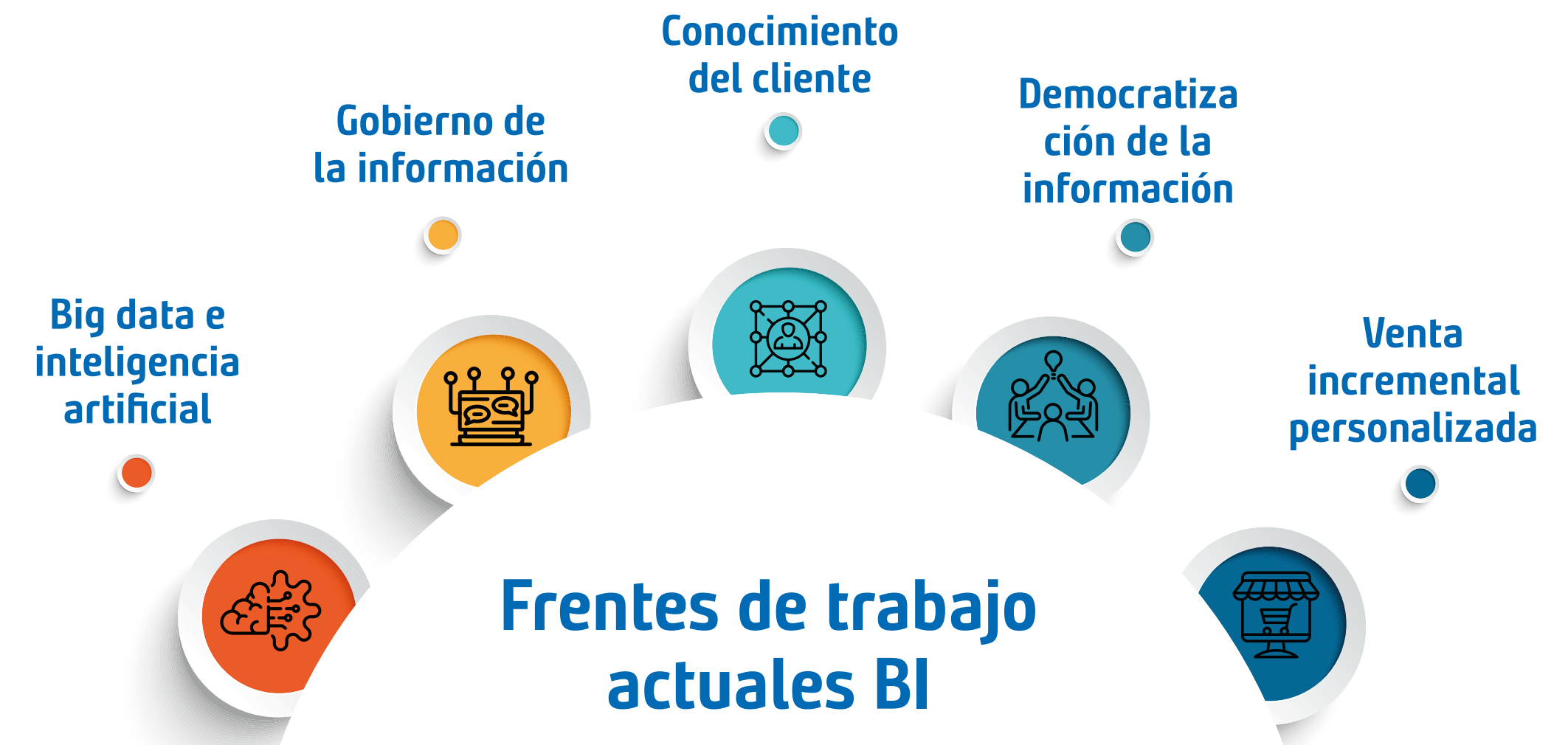
Desde el 2020 hemos venido fortaleciendo nuestro canal de servicio al cliente con la ayuda de nuestra asistente virtual Ana, quien es encargada de dar respuesta de forma ágil a las inquietudes del cliente. El ícono de Ana se encuentra en la parte derecha inferior de nuestra página web, al darle click el cliente tiene la opción de buscar productos, adquirir servicios de armado, instalación o alquiler, rastrear sus pedidos o recibir ayuda para realizar sus compras. Cabe resaltar que nuestros clientes también pueden tener acceso a nuestra asistente virtual vía Whatsapp, obteniendo respuesta a sus inquietudes y requerimientos en tiempo real.



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

Por medio del área Business Intelligence hemos clasificado a nuestros clientes según sus intereses, lo que nos

permite formular estrategias diferenciadas que generan un impacto positivo en nuestros tipos de consumidores. Asimismo, el proceso de identificar las necesidades según las personas que visitan nuestras tiendas digital y presencial nos permite llevar a cabo mejoras en nuestros productos y servicios y ofrecer la mejor experiencia al cliente.



Product Information Management PIM

Desde 2021 nos enfocamos en acelerar la implementación del Portal de Proveedores en el sistema de información centralizado Product Information Management PIM. Con la ayuda de esta herramienta tenemos acceso a videos, fichas técnicas e imágenes relacionadas con los productos de nuestros diferentes proveedores. Lo anterior, nos permite darles amplia información a nuestros clientes en relación a los productos de su interés.

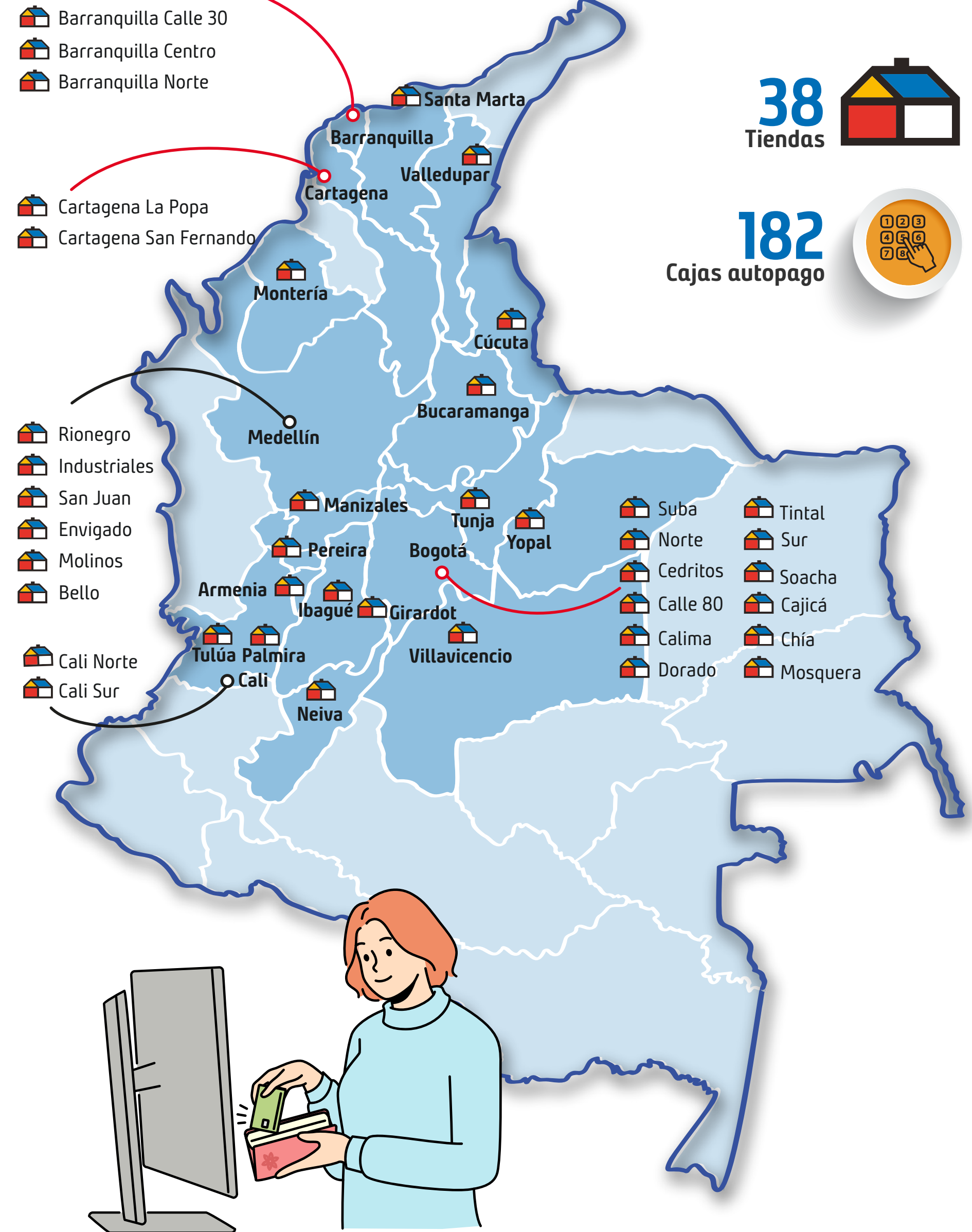
Marketplace

Contamos con el único Marketplace en Colombia especializado en el mejoramiento del hogar y la construcción, en esta plataforma mostramos productos y servicios únicos de nuestros proveedores. Adicionalmente, ofrecemos un mayor alcance de clientes, mayor exposición de productos y posicionamiento de la marca acompañado del aumento de

las ventas. Nos encargamos de las transacciones y nuestros sellers de bodega e inventario. Contamos con proveedores con capacidad de despacho rápido y confiable.

Cajas de Auto Pago

Con el objetivo de ser una empresa líder en innovación desde hace algunos años contamos con cajas de auto pago, en las cuales los clientes pueden gestionar por sí mismos el pago de sus productos. Con esta herramienta nuestros clientes pueden cancelar con cualquier medio de pago. Asimismo, tenemos a disposición de nuestros consumidores la presencia de anfitriones que están prestos para solucionar inquietudes y brindar ayuda. Cerramos 2022 con 182 cajas de autopago en 38 tiendas a nivel nacional, las mismas que la compañía tenía en 2021. Para el año entrante la meta es instalar 59 cajas más en 29 tiendas.



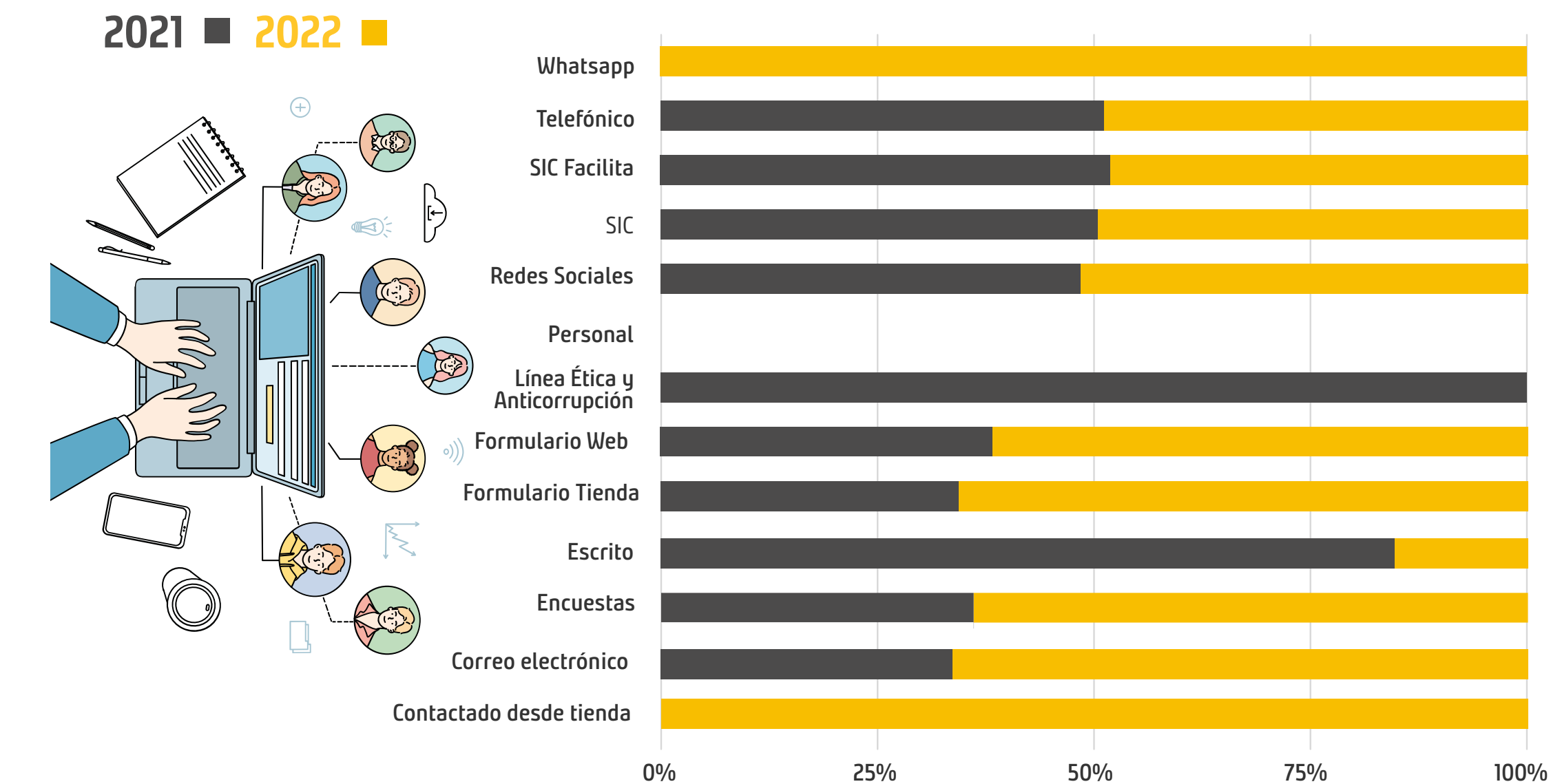
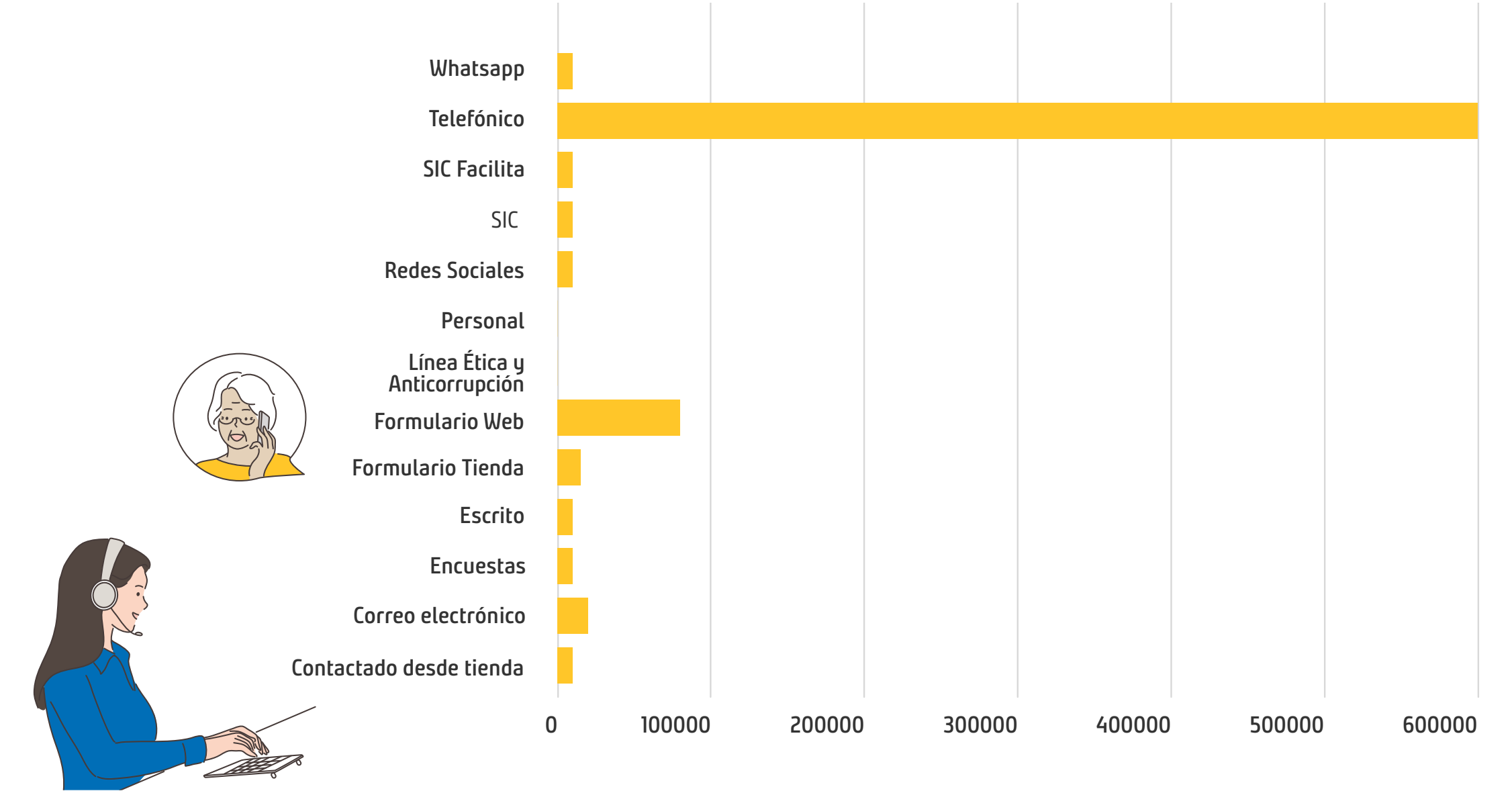
Canales de comunicación con nuestros clientes

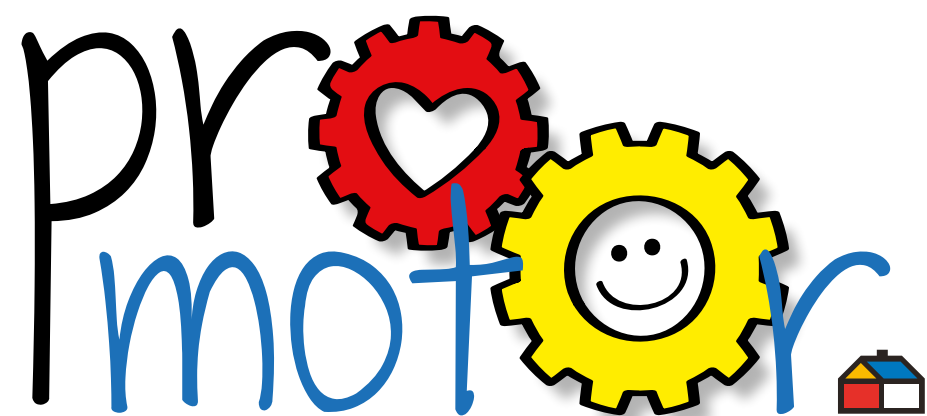
Brindamos información completa, clara y oportuna a través de diferentes canales de comunicación que están diseñados para atender las solicitudes de nuestros clientes en el menor tiempo posible. Con estos canales fortalecemos la confianza con nuestros clientes brindando soluciones rápidas a sus requerimientos.

Durante 2022 pudimos gestionar un gran número de inquietudes, preguntas, sugerencias y peticiones por estos medios. La mayoría de las situaciones atendidas se rea-

lizaron vía llamada telefónica, con un total de 599.864 llamadas, lo que corresponde al 84% de la participación. En segundo lugar, se encuentran los formularios web con 63.737 solicitudes, aumentando un 33,4% frente a 2021. En tercer lugar, se encuentran los correos electrónicos con 15.591, aumentando un 44,7% frente a 2021. Cabe resaltar que, aunque las interacciones vía WhatsApp no cuentan con una participación representativa sí tuvieron un aumento significativo frente a 2021, siendo 9.496 frente a 20 del año anterior.

Canales de comunicación





Programa Promotor

En Sodimac Colombia hemos desarrollado y fortalecido la forma en la que tramitamos las opiniones de nuestros clientes, así, el programa Promotor o Net Promoter System funciona como un canal de comunicación entre los clientes y nuestra compañía. Esta iniciativa nos ha permitido rastrear las causas de las insatisfacciones de nuestros consumidores, identificar oportunidades de mejora y llevar a cabo planes de acción.

Para lo anterior, hemos desarrollado un indicador denominado NPS, el cual tiene en cuenta aspectos como la relación entre nuestros clientes y colaboradores, la experiencia de quienes visitan nuestros almacenes, las necesidades, reclamos e inconformidades y los logros que resultan de nuestros productos, servicios e instalaciones.

Fortalecemos la fidelización de nuestros clientes dando solución a sus quejas en un periodo de tiempo oportuno, queremos que la experiencia de nuestros clientes sea favorable tanto en la venta como en la posventa. Como compañía somos conscientes que tramitar las solicitudes de nuestros consumidores a tiempo nos permite atraer clientes que promueven y recomiendan nuestro servicio, así como crear estándares de calidad que nos diferencian de la competencia. Por esta razón, en 2022 continuamos dando seguimiento a estos procesos para posteriormente, realizar jornadas de retroalimentación y mejora en los pisos de venta.

Todas las semanas se realizaron dos reuniones durante el día: una de apertura y otra de cierre. En estos encuentros los coordinadores y jefes de tienda realizaron ejercicios

de retroalimentación junto a los colaboradores, haciendo uso de un lenguaje común en torno a la cultura de servicio. Estas actividades se realizan con el objetivo de permear a la mayor cantidad de colaboradores para entender la importancia que tiene la forma en la que abordamos a nuestros clientes y le damos solución a sus necesidades.

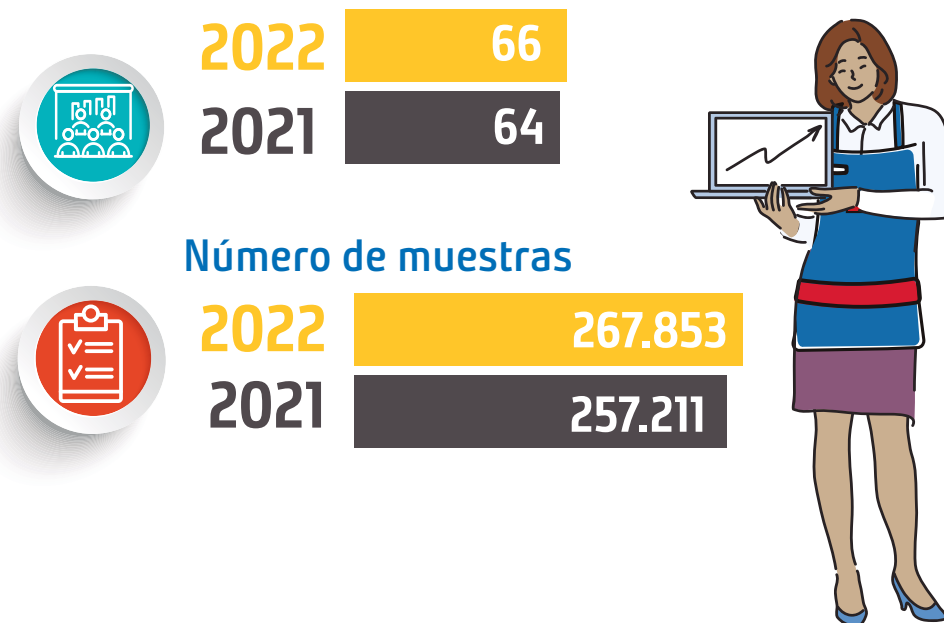
Con el fin de identificar rápidamente los casos graves de inconformidad, hemos clasificado dos tipos de alerta: primero, clientes detractores, con una puntuación del 0 al 6 y clientes promotores, con una puntuación entre 9 y 10. Respecto a nuestros detractores buscamos soluciones eficientes que eviten mayores disgustos y con nuestros clientes promotores buscamos mantener las buenas prácticas en la compañía. Asimismo, es importante resaltar que nuestro indicador de NPS nos permite hacer seguimiento a la gestión de nuestros colaboradores por área, lo que facilita la creación de planes de acción.

Durante el 2022 se evaluaron cuatro indicadores en este sistema de NPS de tienda y NPS de satisfacción:

- 1 Satisfacción de devolución
- 2 Nivel de requerimiento sobre las transacciones
- 3 El cliente en el centro. Este indicador que hace parte del programa "Comprometidos con el cliente", invita a los líderes de tienda a realizar actividades que movilicen la cultura de servicio, Todos los jueves del año, vivimos una actividad diferente, cargada de mensajes que enseñan como poner al cliente en el centro de cada una de nuestras acciones. En total fueron 1.671 actividades realizadas en las 40 tiendas entre enero y diciembre.
- 4 Comprometidos con el cliente.

Gracias a las estrategias mencionadas anteriormente, logramos cumplir con la meta de lograr un puntaje de 66 en la medición, aumentando dos puntos frente al año 2021. Continuaremos con las acciones acertadas y desarrollando nuevas para lograr un aumento en nuestra puntuación en el siguiente año.

Porcentaje o puntuación otorgada NPS

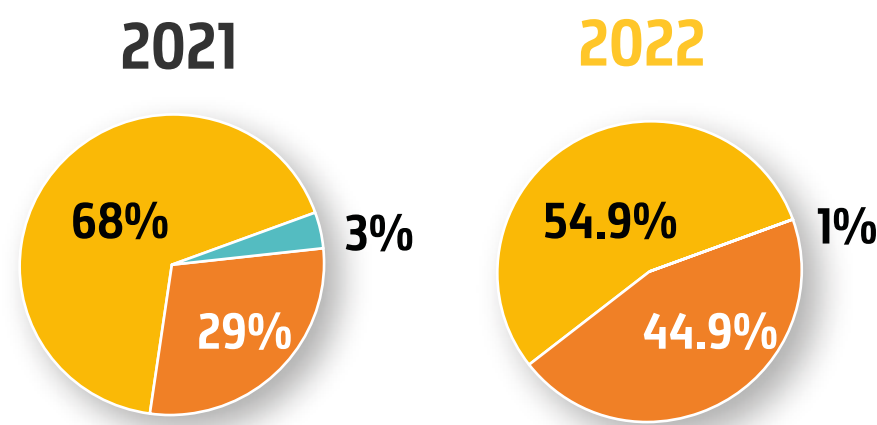
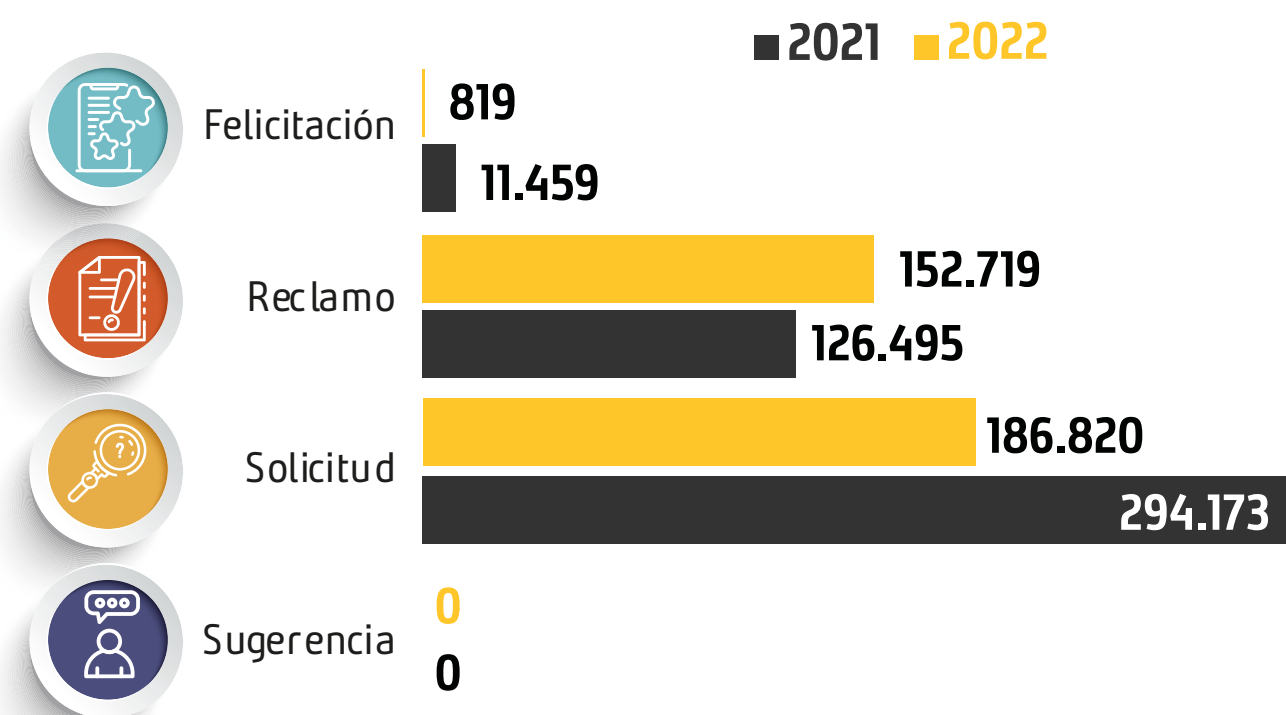


Número de muestras



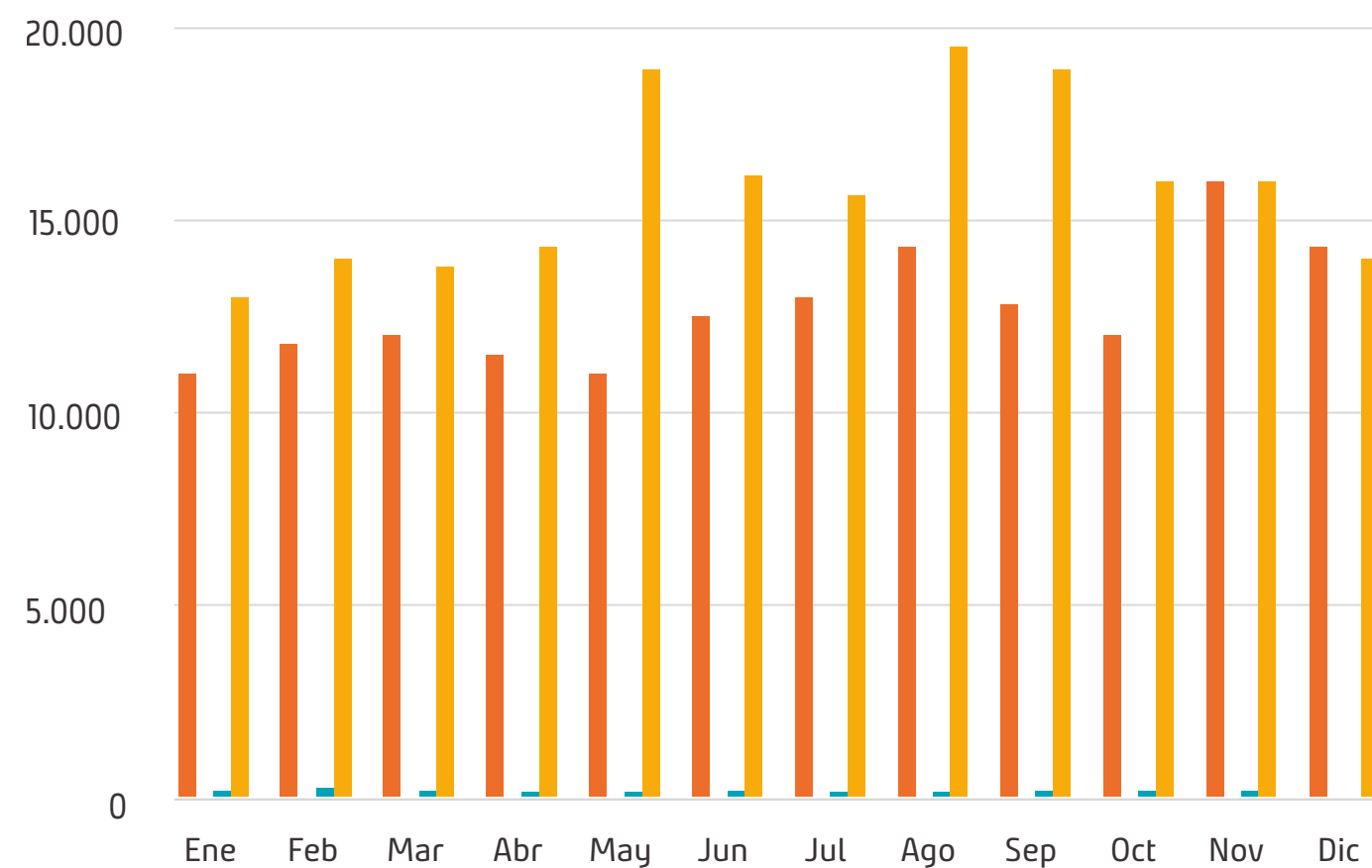
Requerimientos

Durante todo el año, recibimos un total de 340.358 requerimientos, divididos entre reclamos, sugerencias, comentarios positivos y solicitudes.



■ Reclamo ■ Sugerencia ■ Comentario positivo ■ Solicitud

2022



Comentario positivo



Solicitud



Reclamo

Redes sociales

Mantenemos a nuestros clientes actualizados de los cambios, promociones, mejoras y nuevas iniciativas a través de nuestras redes sociales. Estas interacciones nos permiten que nuestra información llegue a la mayor cantidad de personas. Entre nuestros grandes logros del 2022 en esta materia, es importante resaltar el crecimiento de seguidores en la cuenta de Instagram para nuestra marca Constructor, con un total de 7.247, lo que se traduce a un crecimiento del 208%. Asimismo, los seguidores de Instagram de la cuenta de nuestra marca Homecenter también tuvieron un crecimiento del 10%, es decir, un total de 786.911 seguidores.

En 2022 logramos aumentar nuestras interacciones vía WhatsApp pasando de 20 en el año anterior a 9.496. Este resultado es positivo, ya que nuestros clientes han hecho uso varios de los canales de comunicación que ofrecemos, a parte de nuestro medio telefónico que tradicionalmente es el que cuenta con más participación.

Para 2023 tenemos el objetivo de seguir aumentando el uso de nuestros canales de comunicación, suministrando a nuestros clientes diferentes formas de dar solución a sus inquietudes. Adicionalmente, continuaremos creando contenido digital para dar a conocer nuestras iniciativas.



Número de seguidores

Red Social	Seguidores	% Crecimiento vs 2021
Facebook	1.040.839	4%
Twitter	92.827	2%
Youtube	181.000	8%
Instagram	786.911	10%



Número de seguidores

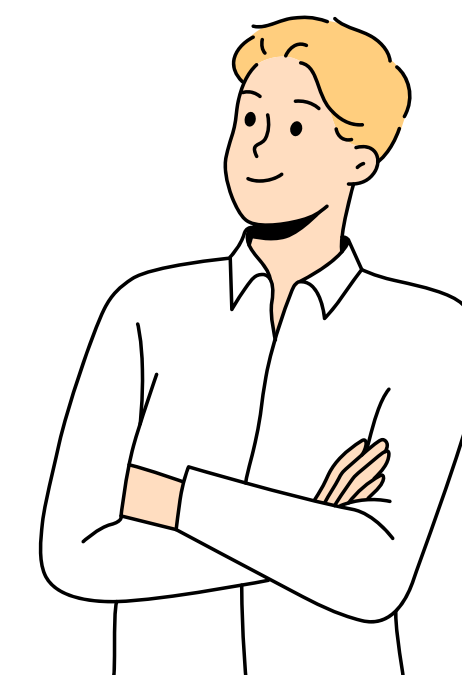
Red Social	Seguidores	% Crecimiento vs 2021
Facebook	141.931	3%
Twitter	NA	
Youtube	37.400	9%
Instagram	7.247	208%



Proyectos que hacen la diferencia

Círculo de Especialistas Constructor (CES)

Con nuestra marca Constructor logramos crear la iniciativa Círculo de Especialistas que promueve el crecimiento de nuestros grupos de interés, en él trabajadores de la construcción obtienen diferentes beneficios para hacer crecer sus negocios, tales como: primero, Formación, donde se contemplan diplomados, becas y certificados. Segundo, Complementos para su Trabajo, los especialistas pueden recibir pólizas de seguro frente a accidentes laborales, recargas a celular, entre otros. Tercero, Bienestar, en este tienen acceso a eventos culturales, obsequios de cumpleaños y mucho más.





Programa de lealtad CMR Puntos:

Durante el 2022 continuamos desarrollando nuestro programa de fidelización del Banco Falabella, el objetivo es premiar a nuestros clientes por preferir nuestros servicios. De esta manera, nuestros clientes pueden canjear sus puntos por miles de productos en Falabella, Sodimac, Tottus, Linio y Homy. Así como adquirir Gift Cards para llevar productos de cualquiera de nuestras tiendas, o por experiencias y cupones de descuento en nuestra página de canje online. Nuestros clientes pueden acumular puntos sin necesidad de tener las tarjetas débito o crédito, solo tienen que inscribirse. Para aquellas que si cuentan con alguna de las tarjetas los puntos se acumulan automáticamente.



Gran Feria de la Capacitación

La Gran Feria de la Capacitación es nuestro taller de formación más grande a nivel nacional del sector de la construcción. En el 2022 se realizó en formato híbrido, presencial Bogotá y virtual a nivel internacional en colaboración con Perú como país invitado. Nos conectamos con especialistas, trabajadores, proveedores, profesionales y empresas en busca de conocimiento que nos permita asumir retos de crecimiento de pequeñas empresas, la profesionalización del trabajo de la construcción y la formalización de los trabajadores. De esta manera, queremos que los especialistas cuenten con sistemas de seguridad social, protocolos de prevención de riesgos y medios tecnológicos que permitan la dignificación y apropiación de su labor.

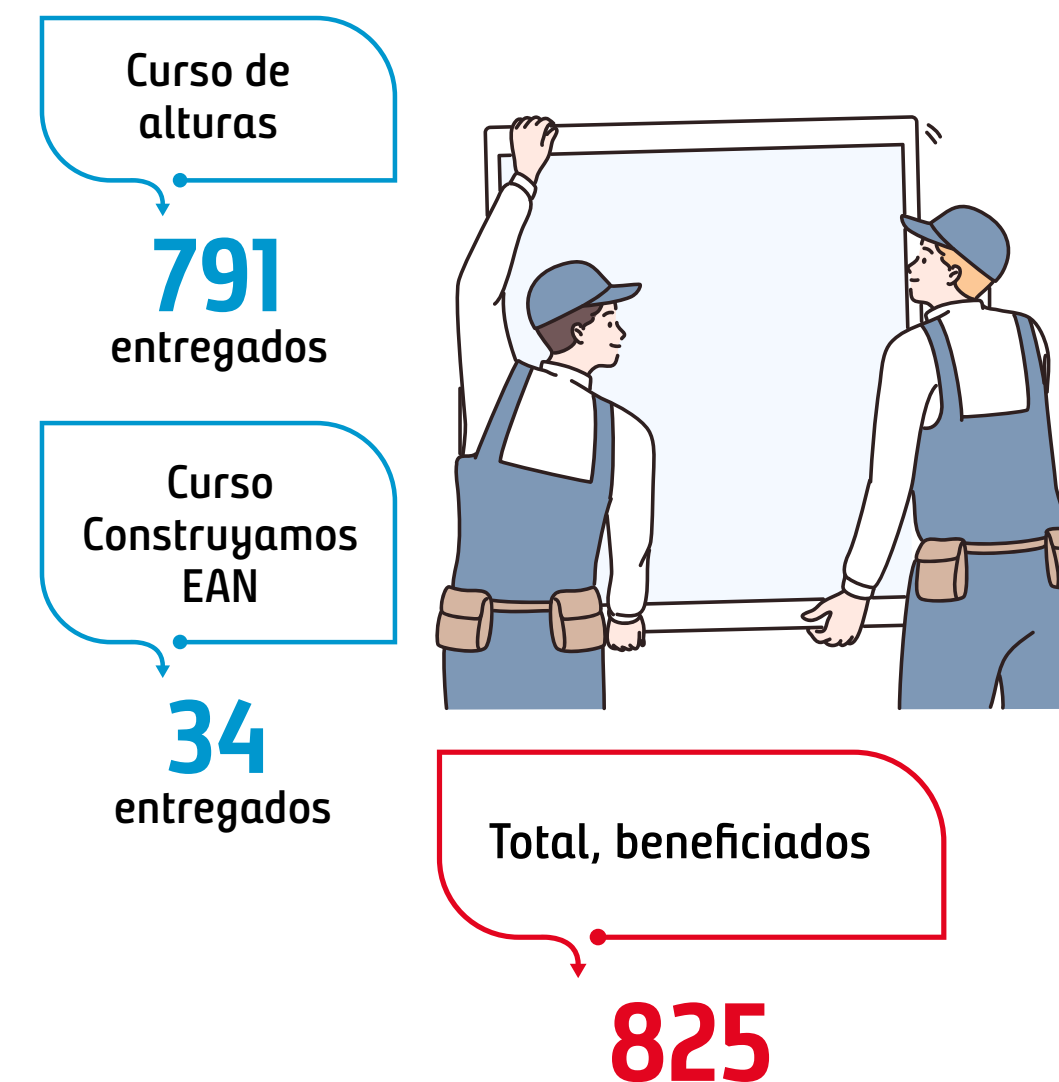
Esta formación fue 100% gratuita y en ella participación múltiples marcas dedicadas al sector de la construcción. Asimismo, contamos con la presencia y el apoyo de instituciones educativas como el SENA, Universidad EAN y Universidad Católica.

- Asistentes virtuales: 138.000
- Asistentes físicos: 4.000
- Total, interacciones charlas: 17.500
- Marcas participantes: 40
- Número de Beneficiarios: 142.000
- Valor Invertido: \$1.100.000.000

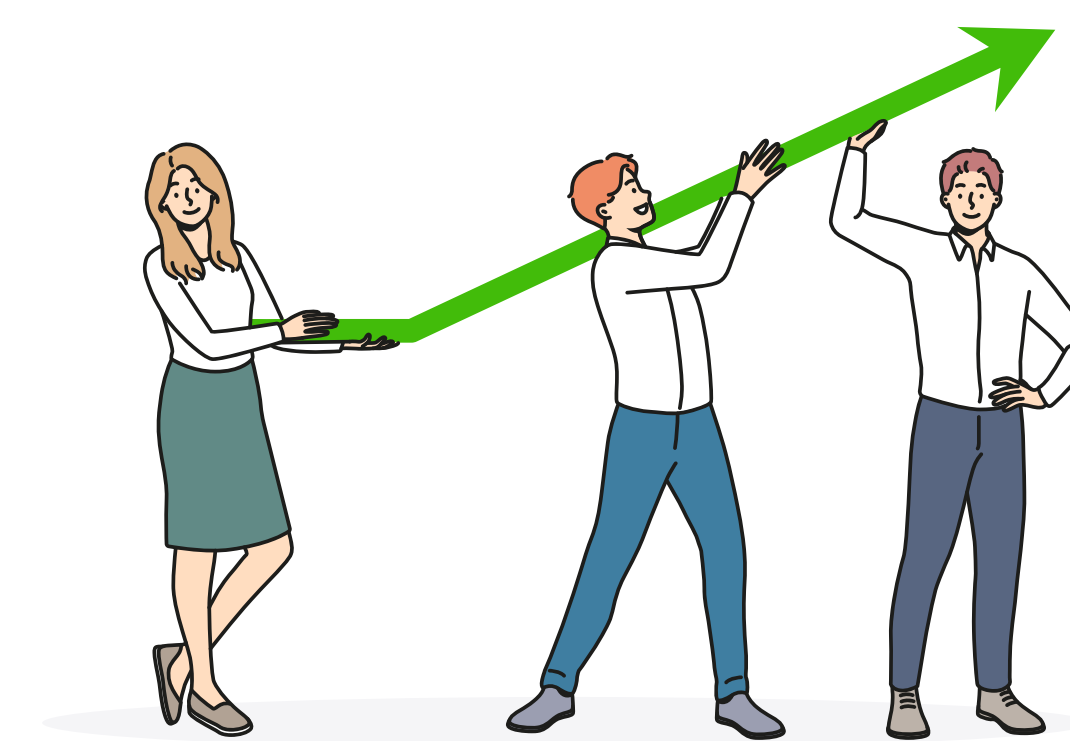
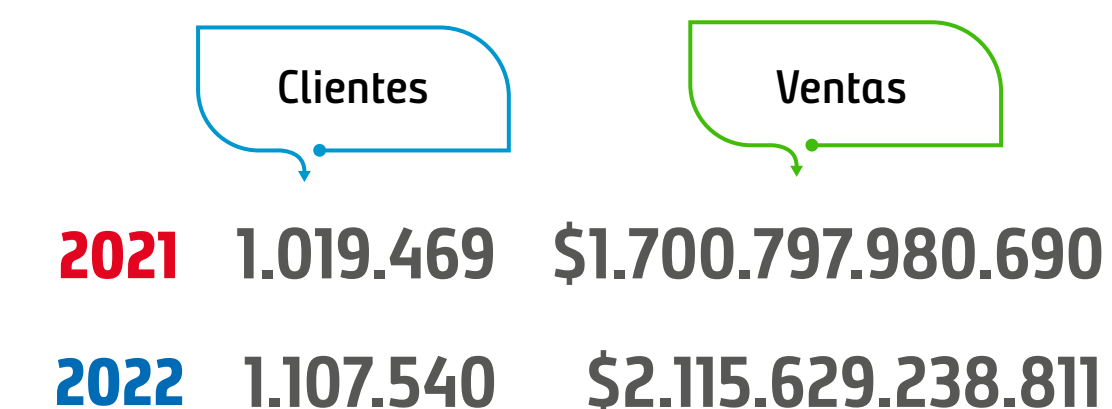


Becas Constructor

Con el programa Becas Constructor hemos realizado capacitaciones certificadas para a los socios del Círculo de Especialistas diferentes a las otorgadas por redención de puntos CMR. Creemos en la mejora de la calidad de vida a partir del conocimiento, por esta razón motivamos a nuestros especialistas a seguirse capacitando y conocer las nuevas tendencias, modalidades y cambios del sector de la construcción.

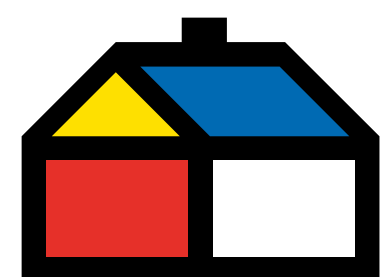


Estos fueron los resultados del año:



Cliente Pro

Hemos diseñado un programa de reconocimiento de aquellos clientes Sodimac que compran en nuestra marca Constructor, con el objetivo de fidelizar a nuestros consumidores y ofrecerles múltiples beneficios por comprar en nuestras tiendas. Nuestros clientes Pro son personas naturales o jurídicas que trabaja para terceros en la construcción, reparación y mantenimientos de espacios. Trabajamos en identificar aquellos compradores constantes para conocerlos y atenderlos mejor cada día.



Gestión Ambiental

Conscientes de la importancia del desarrollo sostenible a través del cuidado del medioambiente, llevamos a cabo estrategias y acciones para prevenir, minimizar, mitigar y compensar los riesgos e impactos que se derivan de nuestra operación.

Trabajamos de manera continua en el mejoramiento de nuestro sistema de gestión ambiental, la promoción del consumo responsable, la compensación de la huella de carbono generada por nuestra operación, entre otros. Y desarrollamos actividades dirigidas a crear conciencia y compromiso con el medio ambiente en nuestros/as colaboradores/as, proveedores y clientes.



Estas estrategias y acciones se alinean con nuestro propósito de responsabilidad social y ambiental, con el que aportamos a la conservación y el cuidado de los recursos naturales, que como empresa utilizamos diariamente en nuestras operaciones. A continuación, presentamos las iniciativas y resultados obtenidos durante el 2022.

Estrategias y acciones para:



Prevenir



Minimizar



Mitigar






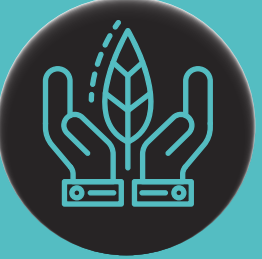
Compensar

Nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental

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

Respondemos a nuestra estrategia ambiental principalmente por medio de objetivos para indicadores ambientales, eficiencia energética, gestión de residuos y cumplimiento legal ambiental. Capacitamos en temas de protección del entorno, y damos seguimiento a los riesgos e impactos asociados a la gestión empresarial, principalmente derivados del transporte.

Estrategia de sostenibilidad ambiental

 <p>Acción Climática:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión y Transición Energética: <ul style="list-style-type: none"> -Proyectos de paneles de energía fotovoltaica generando el 20% del consumo total al 2025 y el 30% en el 2030 (19 MM kWh en generación solar al año). Completar la implementación de los proyectos con paneles solares para generar 5.3 MM kWh, en 6 de las 10 tiendas con mayor consumo. ▪ Medición, disminución y compensación de emisiones: <ul style="list-style-type: none"> -Medición de huella de carbono en la cadena de abastecimiento (Alcance 3). -Reducción de la tasa de emisiones en 10% al 2030. Lograr un 20% de transformación de la flota de nuestros proveedores de transporte a tecnologías limpias (híbridos, eléctricos, gas). 	 <p>Economía Circular:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empaques y embalajes: <ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento de tasas de recuperación. Incluye Ley de Plásticos de un solo uso. -Implementación programas Posconsumo en envases y empaques, RAEE y Llantas. ▪ Productos/ Servicios sostenibles: <ul style="list-style-type: none"> -Asegurar con proveedores implementación de criterios de sostenibilidad. -Desarrollo de servicios de economía circular; ej. recogida de escombros, y aprovechamiento de RAEE. -Disminución de la tasa de rotura en tiendas en un 10% al 2030. 	 <p>Agua y Conservación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión del recurso hídrico: <ul style="list-style-type: none"> -Proyectos de recirculación de agua para aumento de consumo de Agua Azul (Lluvias). -Tratamiento antes de vertimiento de efluentes de Concesiones y Carcenter (reducción huella gris). -Conservación de ecosistemas: 15% reducción de la huella total de CO₂eq al año al 2030 (30.000 T/año). 	 <p>Gestión de Cumplimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aseguramiento del riesgo ambiental: <ul style="list-style-type: none"> -Implementación de las nuevas normas: RAEE, Plásticos de un solo uso, Ley del Árbol (siembra de 2 árboles por colaborador, mantenimiento y certificación) y programa posconsumo de llantas. ▪ Regulatorio y normativa: participar continuamente en mesas de trabajo con autoridades y gremios.
---	---	--	---



Ahorro y uso eficiente de energía

Durante 2022 continuamos gestionando el sistema de ahorro y uso eficiente de la energía que usamos a diario, conscientes del costo económico y ambiental del uso desmesurado de esta. Alineados con nuestro compromiso en responsabilidad social y ambiental, implementamos proyectos de eficiencia energética, como: mejoras en los sistemas eléctricos, cambio a cubiertas traslúcidas para reducir la dependencia de luz artificial e instalación de paneles fotovoltaicos, mejoras en los diseños energéticos de los centros de operaciones, cambio de tecnologías de iluminación, cambios de tecnología de aires acondicionados a tecnología *inverter*, (una tecnología que permite un mejor rendimiento en consumo de energía), la implementación de sensores y automatización de equipos que garantizan disminución en el consumo energético.

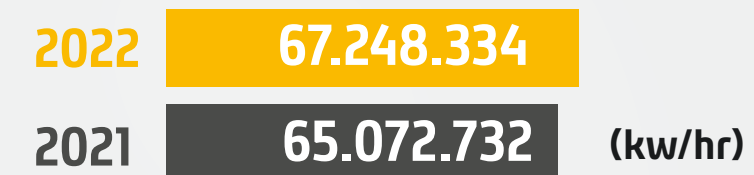
La cultura de uso energético que hemos venido promoviendo nos ha permitido también reducir el consumo de este recurso, generar ahorros económicos, minimizar la huella de carbono de la compañía, y con ello contribuir a la lucha contra la contaminación y el cambio climático.



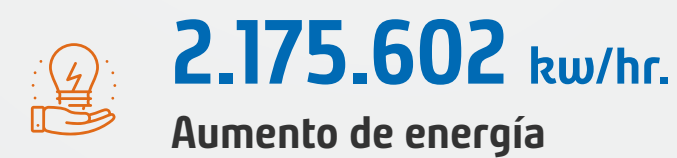


Durante el 2022 tuvimos un aumento del 11% en el consumo de energía principalmente debido a que algunos centros de trabajo continuaron retornando a la presencialidad. Cabe aclarar que los colaboradores/as de Oficina de Apoyo a Tiendas y Centros de Distribución tienen aún la posibilidad de trabajo remoto, lo que se traduce en ahorro de energía en las instalaciones de la compañía. La medición de energía se realizó con medida "same store" (medida que se realiza con el mismo número de tiendas año a año).

Consumo de energía



Aumento 2021 vs 2022



* La cifra 2021 presenta una variación con respecto a la presentada en el informe del año anterior debido a que

Ahorro y uso eficiente de agua

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

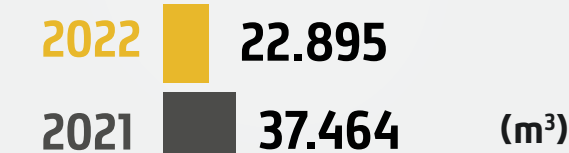


CONSUMO DE AGUA

Consumo de agua del acueducto



Consumo de aguas lluvia



AHORRO DE AGUA 2021 vs 2022



* El ahorro de agua es la diferencia entre el uso de agua potable (que es la que está valorizada) entre 2021 y 2022.

** El ahorro económico corresponde al monto de dinero que no se gastó por concepto de la reducción en el consumo de agua potable, tomando como referencia 6,300 pesos por m³.

Acciones como estas nos permiten tener un ahorro y uso eficiente de agua en la compañía. Gracias a cada una de ellas, a las buenas prácticas de nuestros colaboradores, y la atención oportuna de las fugas, en el 2022 logramos tener una disminución de consumo de agua potable del 7% frente al año 2021.

Del consumo total de agua en 2022, 22.895 m3 corresponden a aguas lluvia. Esto equivale a un total de 7 piscinas olímpicas de agua que provienen de una fuente abundante y sustentable.



Residuos

Reciclables

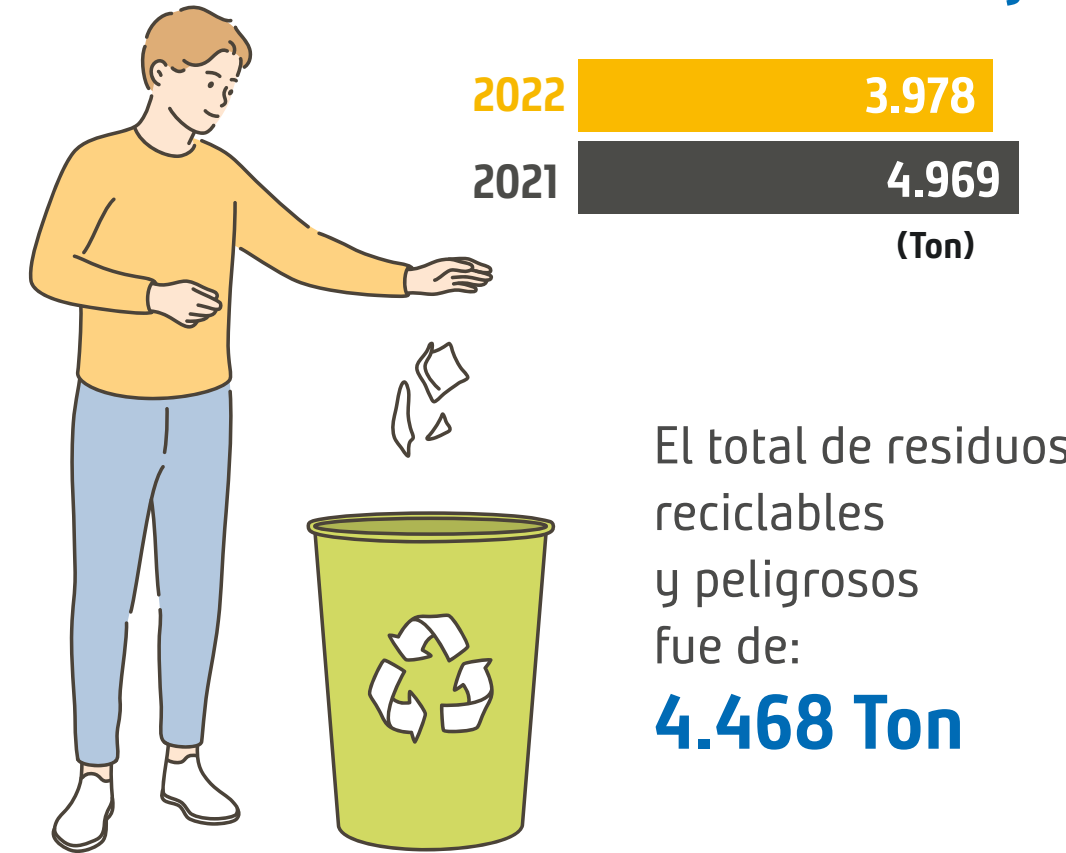
Nos preocupamos por darle un segundo uso a los materiales, conscientes de que sirven como materia prima para la fabricación de otros productos y del impacto ambiental que tienen cuando no son reciclados y terminan contaminando o afectando ecosistemas. Por ello, implementamos buenas prácticas de reciclaje y separación de residuos reciclables que son transportados y entregados a nuestro aliado Colrecicladora, la Compañía Colombiana Recicladora S.A., que se encarga de hacer el procesamiento de los materiales para darles una segunda vida.

Entre los materiales que más reciclamos se encuentran cartón, plástico, zuncho, chatarra, madera, icopor, plegadiza, entre otros.

Durante el 2022 continuamos la implementación del programa de envases y empaques establecido en la resolución 1407 de 2018 y la adaptación de los procesos de manejo de residuos alineados a esta legislación.



Toneladas de reciclaje



De la gestión realizada durante el 2022, se evidencia una disminución de 19.94% frente al 2021 debido a la reducción en el inventario en tienda, sin embargo, realizamos un muy buen ejercicio de reciclaje durante el año.

Residuos peligrosos y programas pos consumo

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

El propósito de nuestro programa de manejo integral de materiales es generar la menor cantidad de residuos peligrosos, por lo que trabajamos durante todo el año para dar un correcto manejo a 489 toneladas de residuos peligrosos.

La cantidad de residuos peligrosos aumentó en el 2022 debido al incremento en las ventas de la compañía y el mantenimiento de las fábricas de pintura, la variación fue de 6.51% frente al 2021.

Residuos Peligrosos



A4020

- Corto punzantes.
- Residuos de enfermería.

Y9

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

Y12

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

Y12 - A4070

- Tonner y/o cartuchos de impresora.

Y13

- Sika contaminada.
- Silicona contaminada.

Y9/A4060

- Líquido de frenos

Y18

- Lodos domésticos.
- Pegacor.
- Vidrio contaminado.

A4090

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

Y34

- Ácido fosfórico.

A4140

- Cemento.
- Estuco.

Y31

- Pastillas de freno (Residuos de plomo).



Posconsumos

Uno de los retos más grandes que tenemos como compañía de comercialización de productos es el posconsumo, para devolver los residuos resultantes del uso de productos, aparatos o bienes una vez son desechados por nuestros/as clientes/as. Por ello, en Sodimac Colombia hemos establecido un compromiso guiado por la normativa ambiental y nacional para la disposición correcta de estos residuos.

Durante los últimos años nos hemos enfocado principalmente en adoptar y cumplir al 100% con la regulación para la Gestión Integral de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) emitida en el año 2018, y la resolución 1407 de posconsumo de envases y empaques que comenzó a regir desde el 2021. Para dar cumplimiento a esta normativa, todo el material de reciclaje que se recoge en las tiendas se reporta al programa para el cumplimiento de las metas establecidas.

A continuación, presentamos las toneladas de residuos que recolectamos durante 2022:



Continuamos generando una correcta gestión de los residuos de posconsumo, destacamos la disminución de algunos de los residuos por el aumento de las compras digitales y el consumo de nuestros clientes de ahorradores LED, así como de tecnologías recargables.

Vertimientos

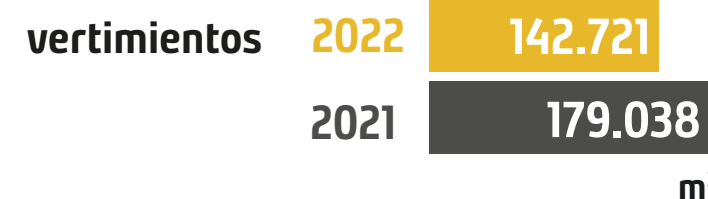
Somos el único retail en Colombia que cuenta con 24 plantas de tratamiento de agua residual y cumple el 100% de la normatividad colombiana existente en materia de vertimientos. Los muestreos de vertimientos se realizan 1 vez al año como cumplimiento de la normatividad ambiental colombiana.

En el 2022 Sodimac realizó muestreos de vertimientos en las plantas de tratamiento de aguas residuales:



142.721 m³

de agua residual fue dispuesta en el alcantarillado público de cada una de las ciudades donde hacemos presencia.

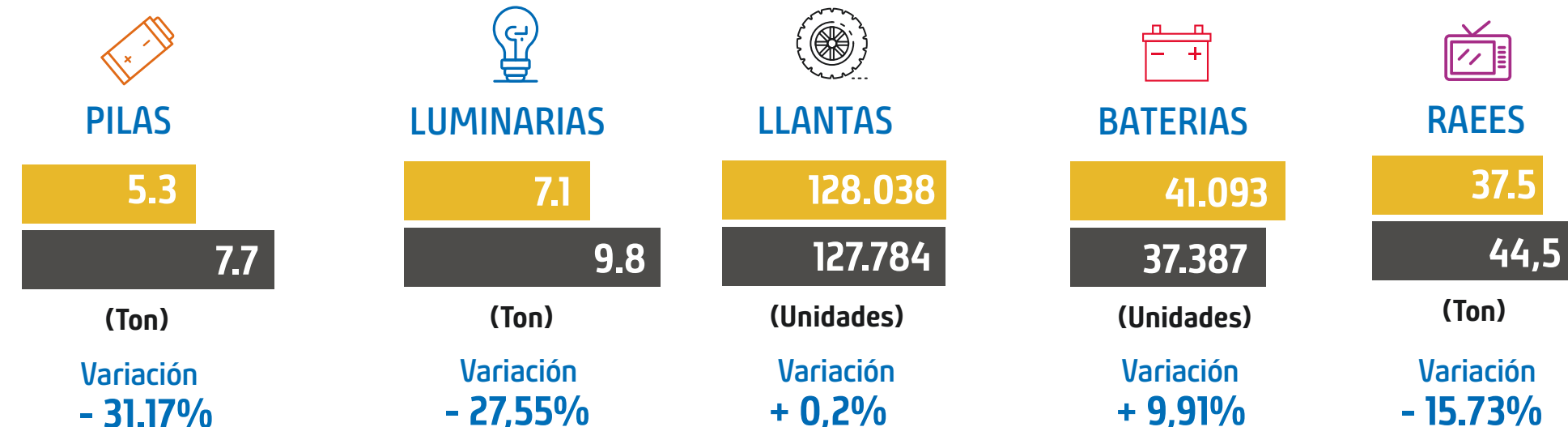


Cambio Climático

Nuestro compromiso con el medio ambiente nos ha llevado a desarrollar programas y acciones puntuales que parten de la evaluación del impacto al cambio climático que se deriva de nuestra operación. Identificando oportunidades de gestión en temas asociados a la eficiencia energética y la compensación de la huella de carbono generada por la compañía. Dentro de las acciones puntuales que hemos llevado a cabo durante 2022, contamos con una cultura de uso energético con estrategias como apagado y encendido oportuno, lo que aumenta la eficiencia energética en nuestros centros de trabajo.



2021 2022

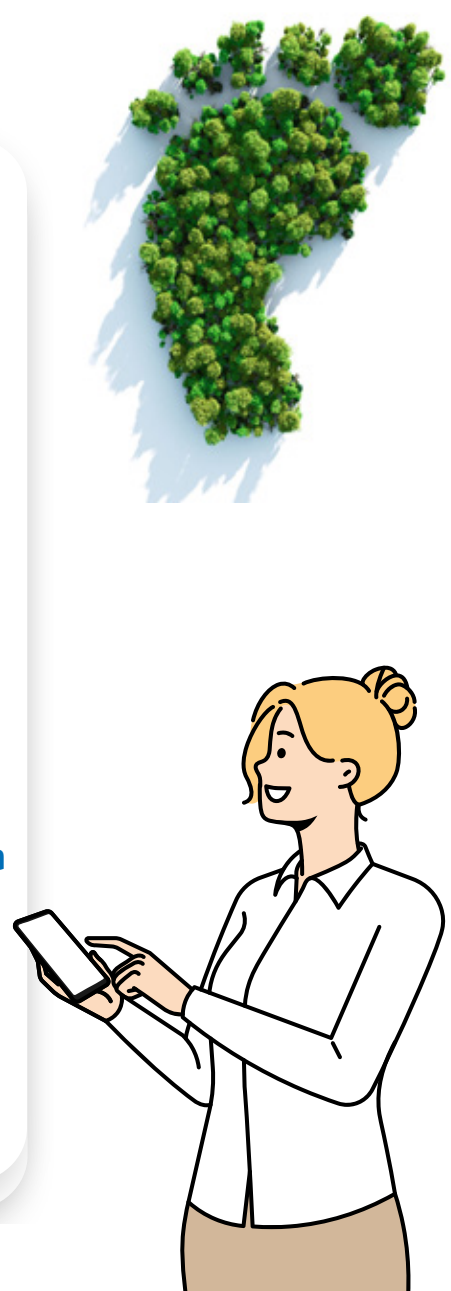
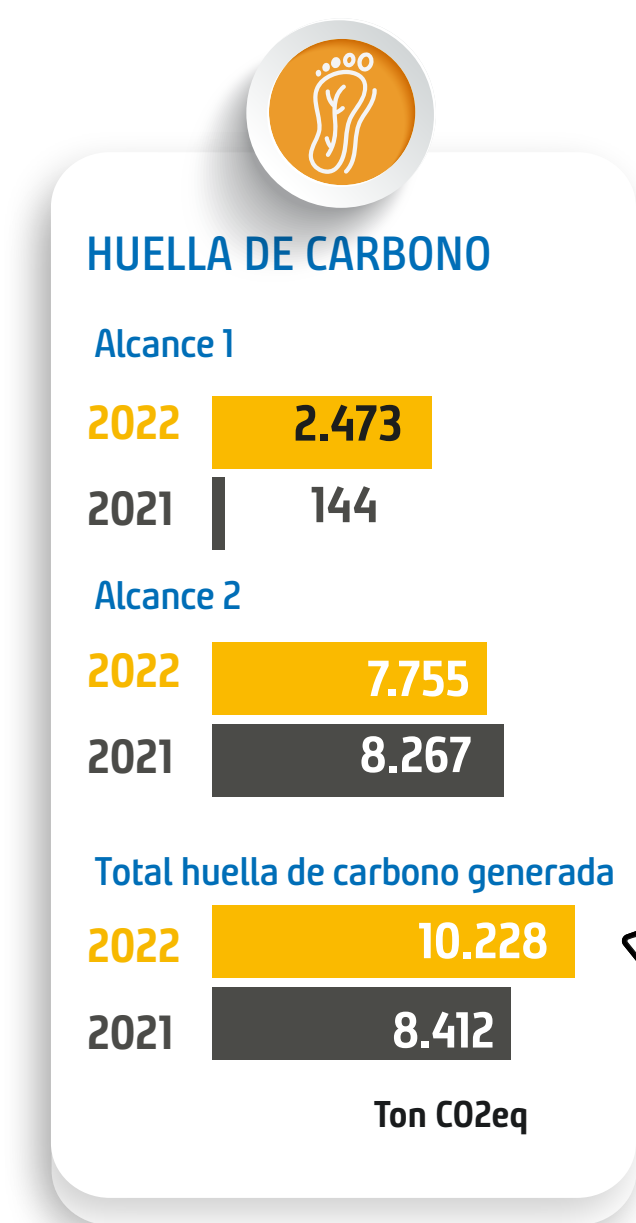


Medición de la huella de carbono

Las actividades que realizamos a diario generan un impacto en el medio ambiente y es por eso que es de suma importancia medir la huella de carbono de la compañía, con el objetivo de prevenir, minimizar, mitigar y compensar la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos directa o indirectamente por nuestra organización; producida por la energía, los combustibles y los gases refrigerantes que utilizamos.

Realizamos el inventario de los gases efecto invernadero (en adelante GEI) desde los alcances 1 y 2:

- **Alcance 1:** Emisiones directas generadas por el combustible que necesitamos para nuestra operación.
- **Alcance 2:** Emisiones indirectas por la electricidad que compramos.



Se evidencia un aumento en el consumo de energía y en el grado de contaminación en un 21.59% con respecto al 2021 debido a daños presentados en el suministro de energía eléctrica lo que nos obligó a utilizar plantas de energía con consumo de combustible por espacios prolongados de tiempo. Para 2023 esperamos no se presenten daños y podamos retornar a las cifras de huella de carbono de años anteriores o inferiores.

En 2022 logramos compensar el 100% de nuestra huella de carbono a través de bonos de carbono de proyectos forestales colombianos, compensamos 8.412 Ton Ceq emitadas en el 2021. Con esta acción, logramos contribuir a la mitigación del cambio climático y aportamos a estrategias sostenibles.



En 2023 continuaremos con nuestro compromiso de contribuir a la compensación ambiental a través de la compensación total de las emisiones alcance 1 y 2 con bonos de carbono.

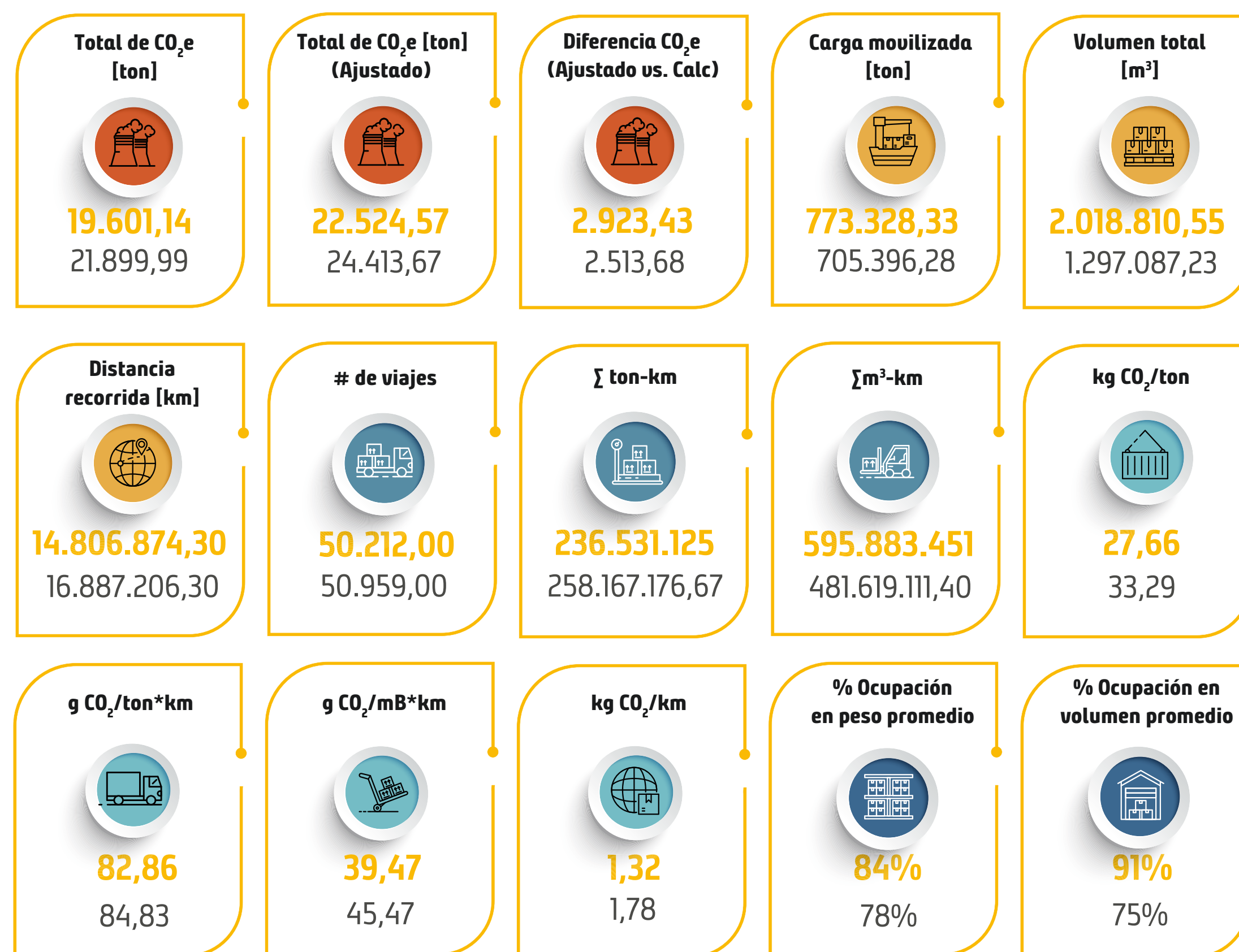
Huella de Carbono Transporte

Realizamos acciones para medir y mitigar el impacto del transporte de nuestra compañía en el medioambiente, el cual se expresa en consumo de recursos (combustibles fósiles), emisiones de carbono (responsable del 23% de total de las emisiones mundiales), consumo energético, ruido y vibración.

Específicamente, analizamos las empresas de transporte que intervienen en los viajes realizados desde los puertos

a los centros de distribución, desde los centros de distribución a las tiendas y movimientos entre centros de distribución, para lograr identificar las variables más relevantes con el objetivo de disminuir el CO₂. Analizamos continuamente las mejores prácticas y establecemos metodologías a corto, mediano y largo plazo, con el ánimo de construir un programa de trabajo enfocado a reducir las emisiones, adicional del diagnóstico a cada uno de los transportistas.

A continuación, presentamos los indicadores del año 2022 vs 2021:



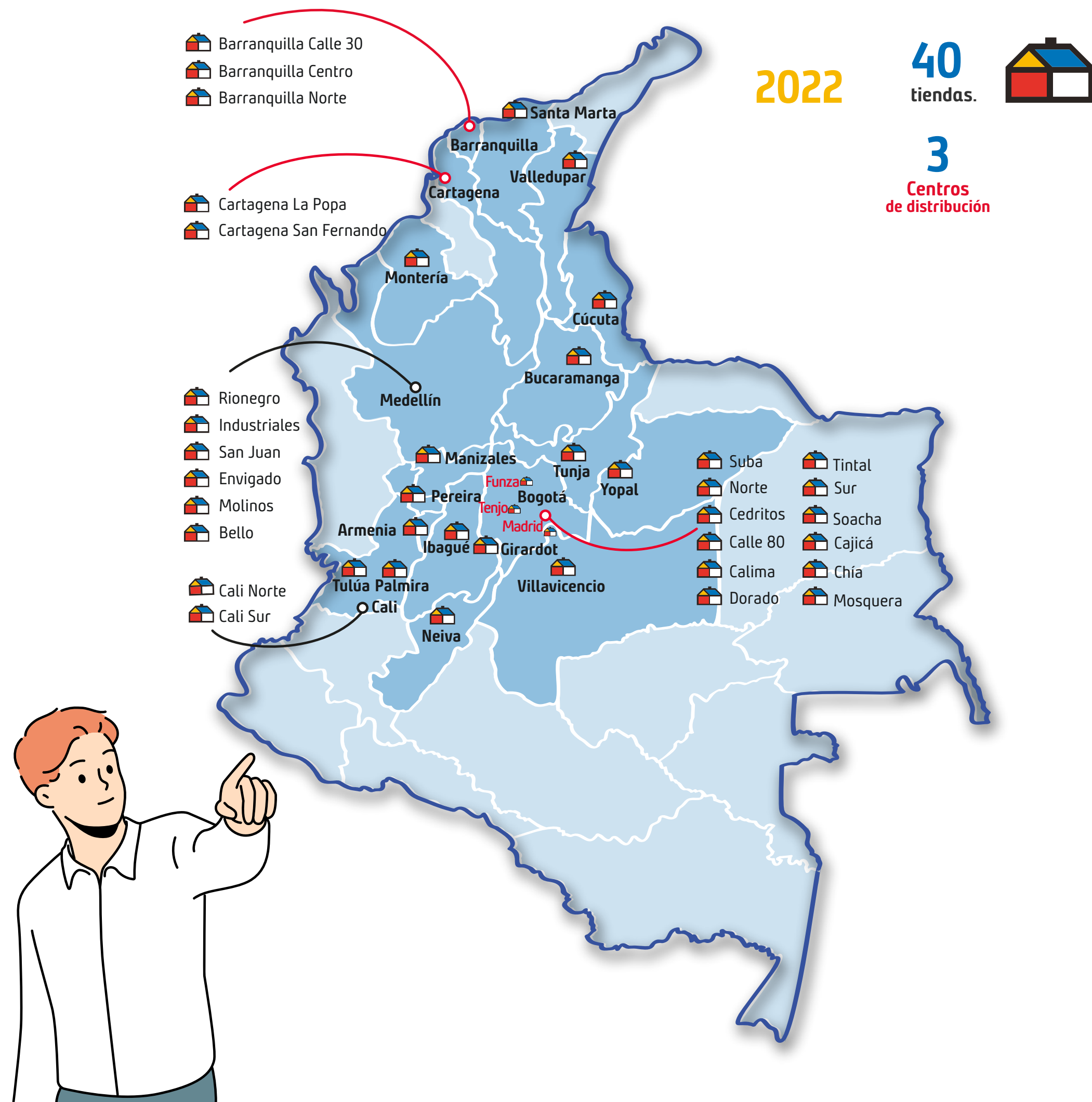
■ 2022 ■ 2021

Certificación ISO 14001

Nuestro compromiso con el medio ambiente está alineado y medido con los más altos estándares en materia ambiental. Por esta razón, realizamos los procesos de auditoría anualmente a nuestro Sistema de Gestión Ambiental (o SGA) bajo los requerimientos de la Norma ISO 14001:2015. En el año 2022 llevamos a cabo las auditorías internas al sistema de

gestión ambiental en todos nuestros centros de trabajo, lo cual nos permitió estar preparados para las auditorías externas de certificación de la empresa SGS Colombia, con quienes obtuvimos la certificación de toda la cadena.

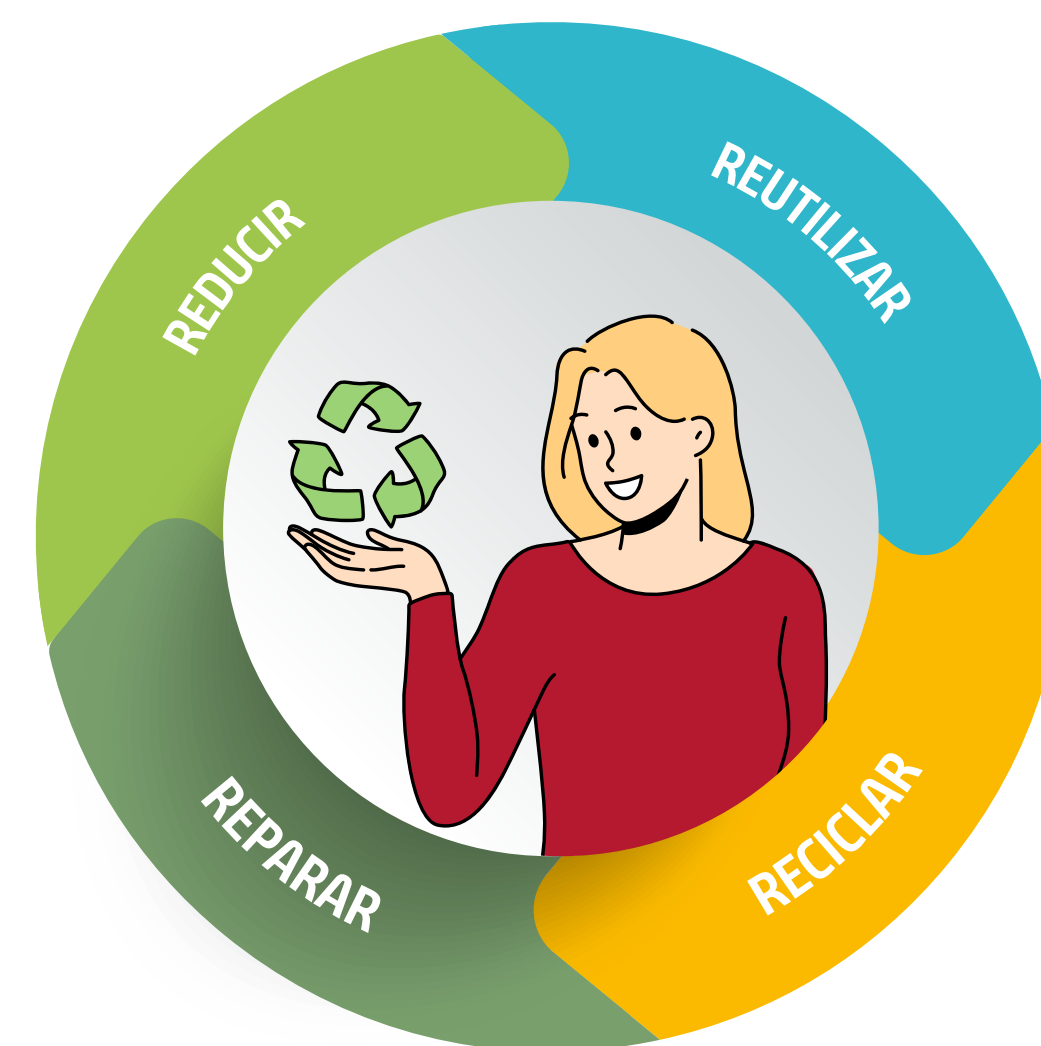
Nuestros procesos de auditoría para el año 2022 nos permitieron lograr la certificación ISO14001:2015 de las 40 tiendas a nivel nacional y los 3 centros de distribución.



Ciclo de vida del producto

Buscamos cumplir con todo el proceso de sostenibilidad del ciclo de vida de nuestros productos, disminuyendo la generación de residuos que puedan generar un impacto negativo en el medio ambiente. Es por eso que, responsables de los desechos que se pueden generar de la venta de los productos que comercializamos, llevamos a cabo un proceso de recuperación de materiales que pueden ser reutilizados en la elaboración de nuevos productos.

Durante el año 2022 continuamos con los sistemas de economía circular como parte fundamental de nuestra propuesta de desarrollo sostenible y, especialmente, para nuestro programa de posconsumo, aprovechando recursos por medio de las cuatro R:



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



El cuidado del medioambiente en nuestra cadena de suministro

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

Hacemos explícito en el Manual de Proveedores el compromiso que deben asumir nuestros/as aliados/as de bienes y servicios en la protección del ecosistema, entendiéndose que estos deben ajustarse a todas las leyes y disposiciones aplicables relativas al medio ambiente, procurando implementar cada día mejores prácticas y estándares en



el cuidado del mismo. A su vez, en los contratos ratificamos la importancia de que nuestros proveedores preserven los recursos naturales y la obligación que tienen de responder por los impactos causados por la realización de sus operaciones.

Adicional a esto, desde hace 6 años incluimos criterios ambientales, en la política interna de compras desde el proceso de selección de proveedores, los cuales son revisados cada año mediante una evaluación de sostenibilidad que posibilita al/a aliado/a comercial su participación en el proceso de contratación de la compañía.

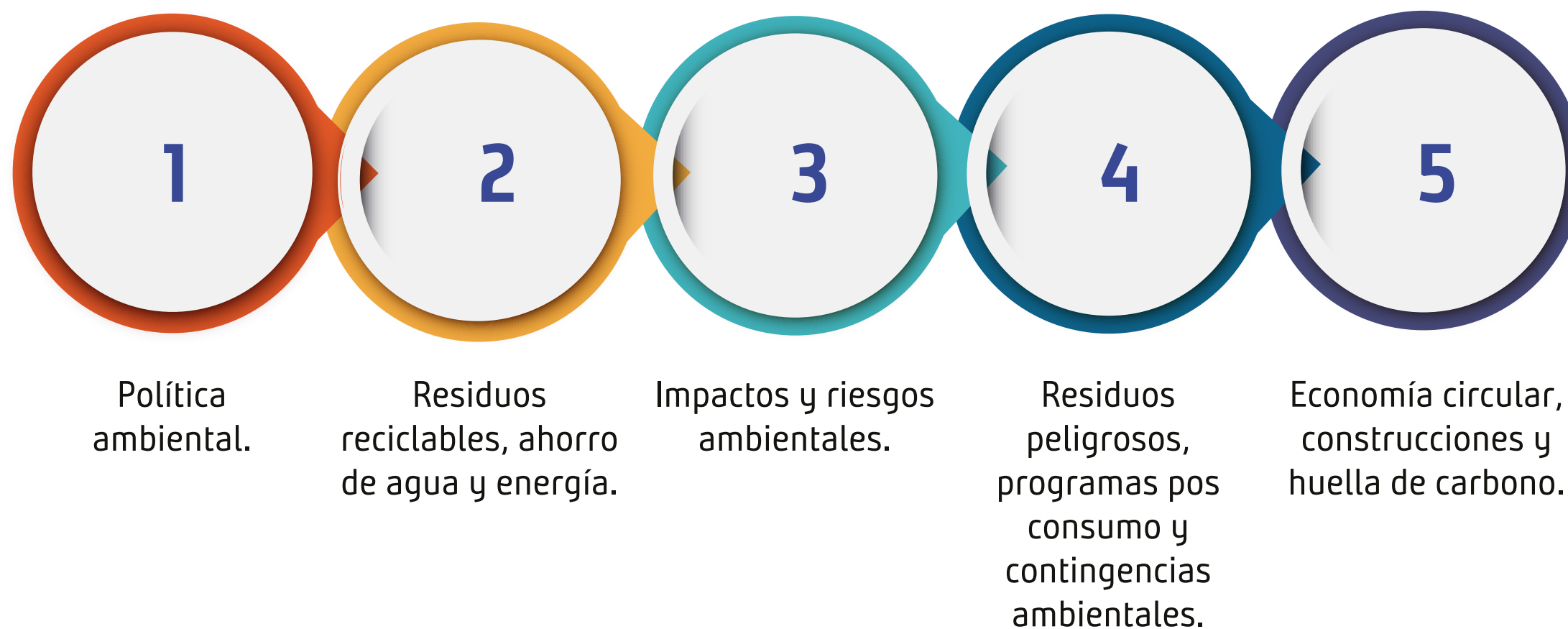
158 nuevos proveedores asumieron en el 2023 el compromiso de preservar el medio ambiente, los recursos naturales y cumplir con toda la normativa ambiental y las disposiciones que la autoridad competente le imponga.



“Lo que hagas en casa lo agradece el planeta”

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

Entregamos soluciones a nuestros/as clientes/as para el uso eficiente del agua, la energía, el aire, ahorro de gas, reciclaje, productos eco amigables, entre otros, y nos enfocamos en sensibilizar y educar en programas de consumo responsable y posconsumo, con campañas y actividades de comunicación masiva entorno a la importancia de:



Promoviendo de esta forma cambios de hábitos, conciencia ambiental y motivación hacia el consumo responsable fortaleciendo la cadena de gestión. Durante el 2022 completamos 8.281 horas de capacitación llegando a 33.127 asistencias a capacitaciones por parte de nuestras partes interesadas del sistema de gestión ambiental (colaboradores, proveedores, gestores ambientales, entre otros.)



Horas de capacitación



Ferias ambientales

Una de las estrategias que implementamos en el 2022 con el fin de crear conciencia y dar fortalecimiento al conocimiento de temas ambientales en los centros de trabajo retomando la presencialidad fueron las ferias ambientales, en algunas de ellas contamos con la participación de invitados como a la Cámara de Comercio y la secretaria de Ambiente. Desarrollamos esta actividad en los siguientes centros de trabajo.



Construcciones sostenibles

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

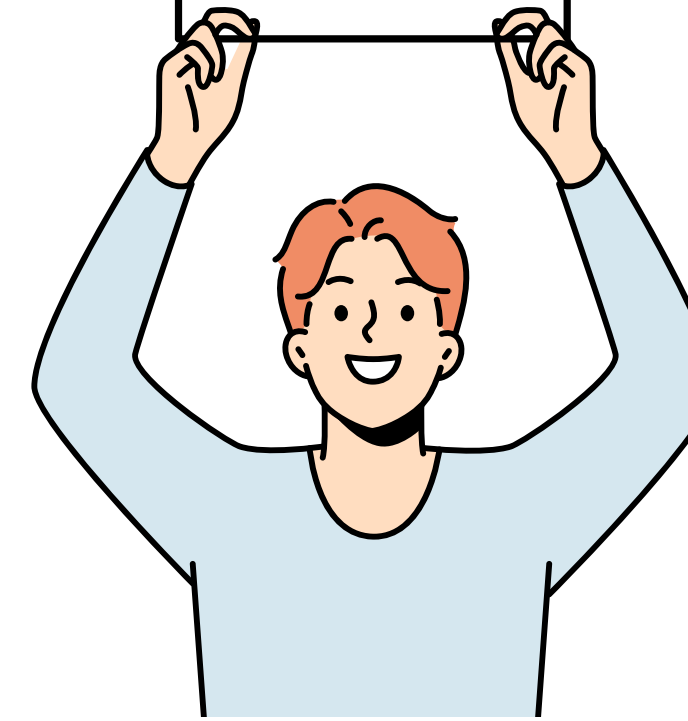
Seis de nuestras tiendas cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés).

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

Certificación LEED



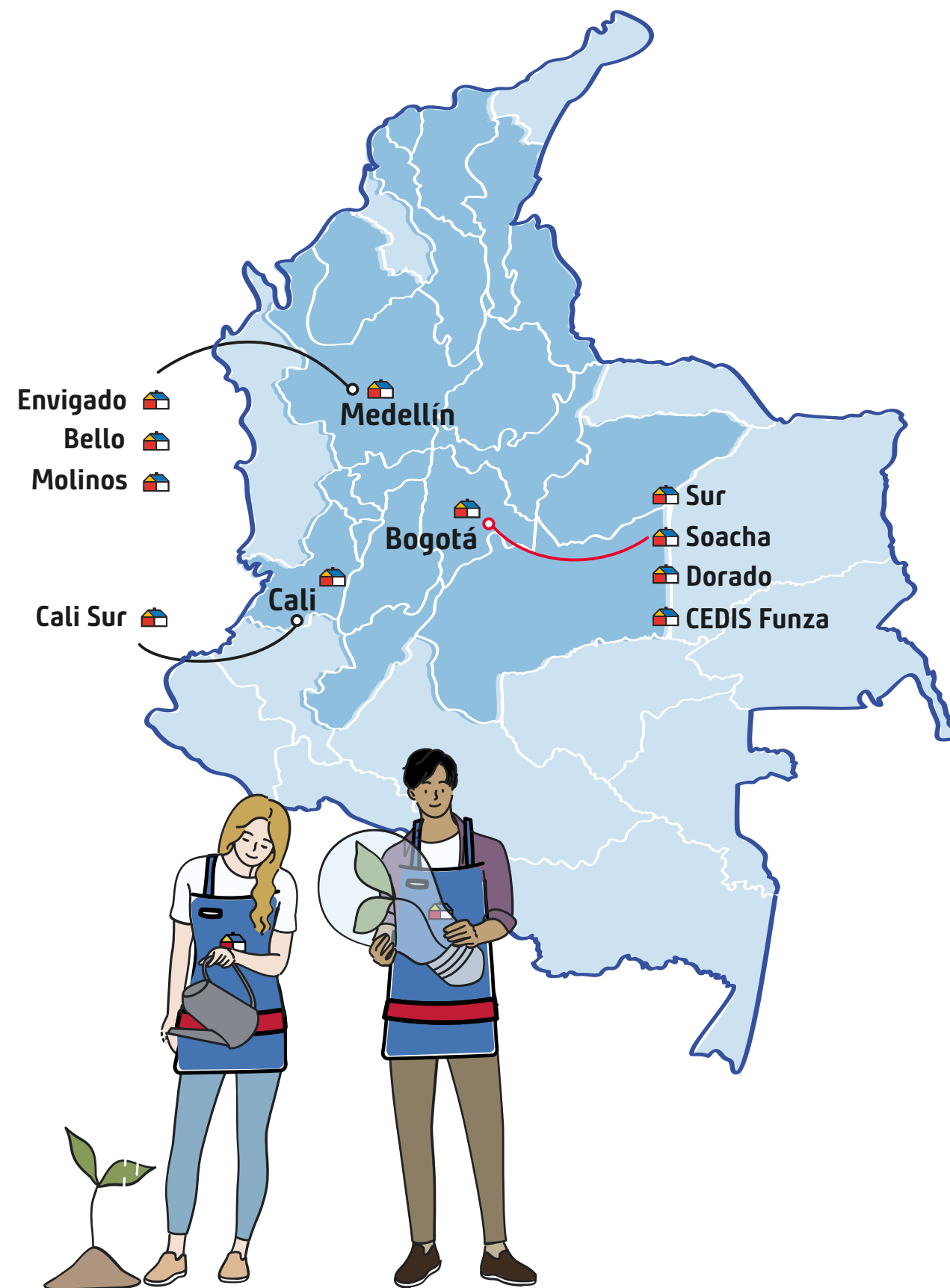
- HC Manizales
- HC Cajicá
- HC Montería
- HC Bucaramanga
- HC Cedritos
- HC Mosquera



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

Grandes momentos ambientales 2022

- **Recibimos** la certificación de la ISO 14001:2015 para todos los 43 centros de trabajo (tiendas y centros de distribución) a nivel nacional.
- **Obtuvimos** la certificación como empresa carbono neutro por segundo año consecutivo otorgada por el ICONTEC.
- **Obtuvimos** un puntaje del 97% (subimos 1 punto con respecto al 2021) en el módulo ambiental del INDEX, con 4 puntos por encima de la calificación corporativa.





Desarrollo de proveedores comerciales

La gestión de proveedores es un pilar fundamental para llevar a cabo nuestra operación. Por esta razón, buscamos construir y fortalecer las relaciones con nuestros aliados estratégicos a través de los principios que guían el actuar de Sodimac dentro de los cuales se enmarcan el respeto, promoción y protección de los derechos humanos, el cumplimiento por las normas laborales, el cuidado del medioambiente, la transparencia en la gestión, entre otros.

Comprometidos con nuestro propósito, compartimos y promovemos con nuestros proveedores el compromiso que como compañía decidimos asumir de manera voluntaria al llevar a cabo buenas prácticas empresariales, con los más altos estándares internacionales en materia de sostenibilidad. Año a año venimos trabajando en la construcción conjunta de programas de mutuo beneficio que nos han permitido fortalecer nuestra cadena de suministro. Como lineamiento de trabajo contamos con un Manual de Proveedores, documento que recopila los mínimos requeridos que nuestros aliados deben seguir a nivel comercial, ético, de medio ambiente y de derechos humanos.



Tenemos la firme convicción que el éxito empresarial se genera a partir del cumplimiento de prácticas responsables y respetuosas en toda la cadena de suministro y por esto contamos con programas de fortalecimiento de sostenibilidad, como formación y acompañamiento a nuestros proveedores, por medio de alianzas con instituciones educativas y entidades privadas que permiten robustecer sus negocios y nuestra relación estratégica. Así mismo, contamos con canales de comunicación que nos permiten dar a conocer las acciones que tenemos a nivel económico, social y medio ambiental y compartir buenas prácticas en la materia. En este camino, buscamos también, reconocer a aquellos proveedores y aliados con mejores acciones, a través de nuestro premio a proveedores en sostenibilidad que lo llevamos a cabo cada año.

A continuación, daremos un detalle de todas las iniciativas que desarrollamos en 2022.

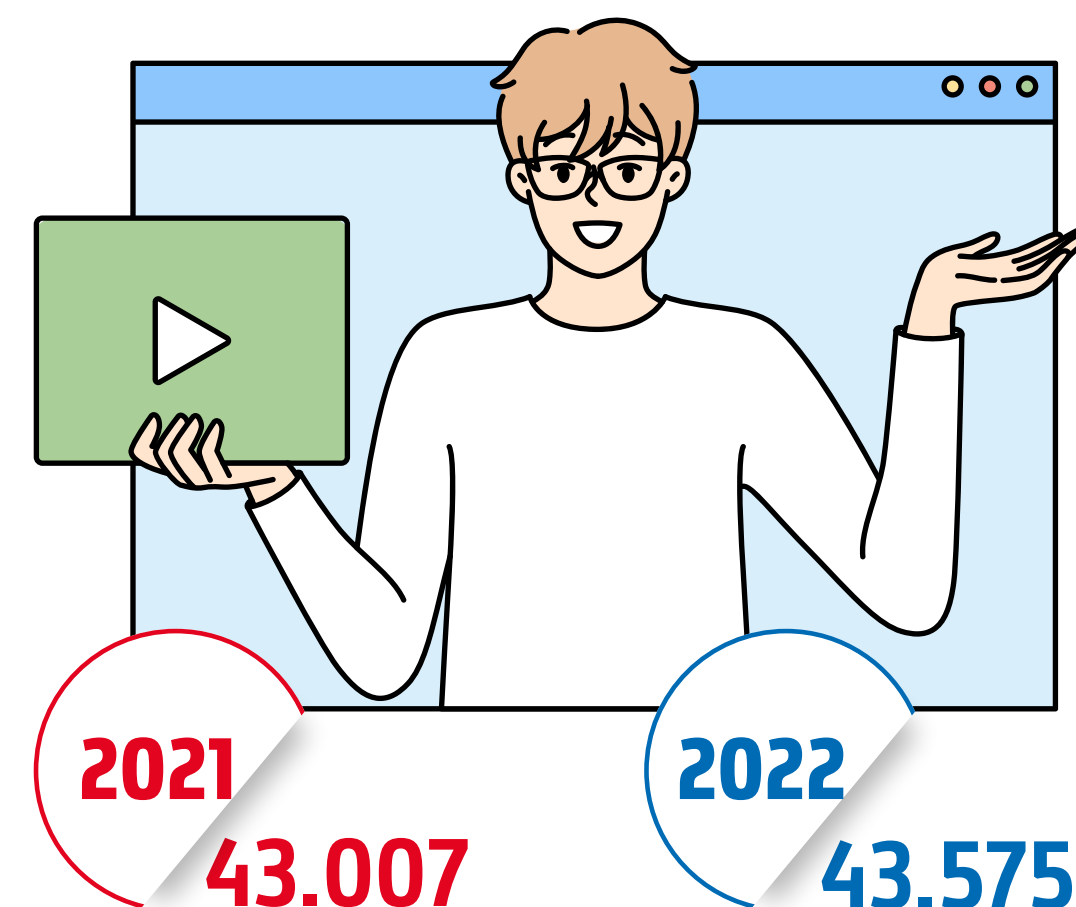
Boletín del proveedor

Por medio del boletín del proveedor cumplimos con el objetivo de mantener comunicación directa con nuestros proveedores y aprovechar los canales virtuales, permitiéndonos generar una relación de confianza, continuando con la difusión de noticias frescas, información de interés en temas de sostenibilidad y crecimiento empresarial. En 2022 cambiamos el formato de presentación, para que la información tuviera mayor impacto y facilidad de lectura.

En el Boletín presentamos varias secciones, por ejemplo:

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

Al cierre del año 2022, compartir con 43.575 personas nuestro boletín. En el 2023 buscaremos continuar aumentando el impacto de este canal, ofreciendo información relevante que no solo nos permita comunicar los temas de sostenibilidad, sino los de todas las áreas que tengan injerencia con los proveedores.



Declaración de compromisos

En Sodimac Colombia, tenemos un compromiso ético con nuestros clientes y el medio ambiente, por lo que evaluamos las prácticas de nuestros proveedores y auditamos los productos que comercializamos. Nuestro objetivo es ofrecer productos seguros y sostenibles que no afecten la salud de nuestros clientes y que se produzcan de manera responsable.

Después de inspeccionar los productos, solicitamos a nuestros proveedores que firmen una declaración que establezca los compromisos que deben asumir en temas de ética empresarial y cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en el uso de marcas, derechos humanos, buenas prácticas laborales, cuidado de la salud y seguridad en el trabajo, marketing responsable, aprovisionamiento

responsable, identificación y mitigación de impactos ambientales, y contratación de mano de obra local.

De esta manera, aseguramos que nuestros productos cumplan con los más altos estándares éticos y ambientales.

Evaluamos a nuestros proveedores

En Sodimac Colombia sabemos la importancia de evaluar nuestros proveedores y trabajamos cada año en conjunto con la plataforma internacional Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) para evaluar de manera rigurosa y objetiva las prácticas éticas y socialmente responsables de la cadena de abastecimiento, incluyendo normativas y prevención de riesgos laborales, gestión medioambiental y ética comercial. De esta manera, podemos ayudar a nuestros proveedores a evidenciar sus fortalezas y oportunidades de mejora en temas de sostenibilidad.

Nuestro interés es ampliar el abastecimiento responsable y las prácticas éticas, para garantizar a todos nuestros grupos de interés que nuestra cadena de servicio es sostenible y cumple con los estándares más rigurosos del sector. Reconocemos que nuestras cadenas de suministro

son complejas, por lo que evaluamos constantemente a nuestros proveedores para evitar impactos negativos, tomando decisiones en función del bienestar del entorno, los procesos y las comunidades. De esta manera, podemos garantizar que nuestras operaciones se llevan a cabo de manera responsable y sostenible.

Evaluamos un total de 42 proveedores en el año 2022, de los cuales 12 son proveedores nuevos y el resto son proveedores que habían sido evaluados en procesos anteriores que tenían o tiene temas pendientes.

Si bien en el año 2022 se tenía como meta 61 proveedores evaluados, aquellos que no cumplieron con el requerimiento establecido pasaron al grupo de proveedores que evaluaremos en el año 2023.



Fortalecimiento de capacidades por medio de alianzas

El desarrollo sostenible es parte fundamental de nuestro negocio, es por esto que creamos alianzas constructivas con nuestros grupos de interés las cuales nos permiten cumplir con los objetivos trazados.

A razón de esto hacemos parte del programa desarrollado en conjunto con El Pacto Global y la Universidad Externado de Colombia, para fomentar prácticas sostenibles y responsables en micro, pequeñas y medianas empresas,



ALIADOS DE CASA **HOMECENTER SODIMAC CORONA**

TE INVITAMOS A LA CHARLA
Tendencias e Innovación en Marketing Digital
 Miércoles 13 de julio de 2022
 8:00 am a 9:00 am

DESCUBRE LAS NUEVAS PRÁCTICAS DE LA AUTOMATIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL y mantente actualizado en esta nueva era del e-commerce, con nuestro invitado Pablo Cháves de CEIPA.

Haz clic en el enlace adjunto

¿Necesitas ayuda?
 ESCRÍBEME SOY ALIRIO TU ALIADO
 Y ESTOY PARA AYUDARTE

Encuétranos Ubica [aquí](#) nuestros puntos de atención

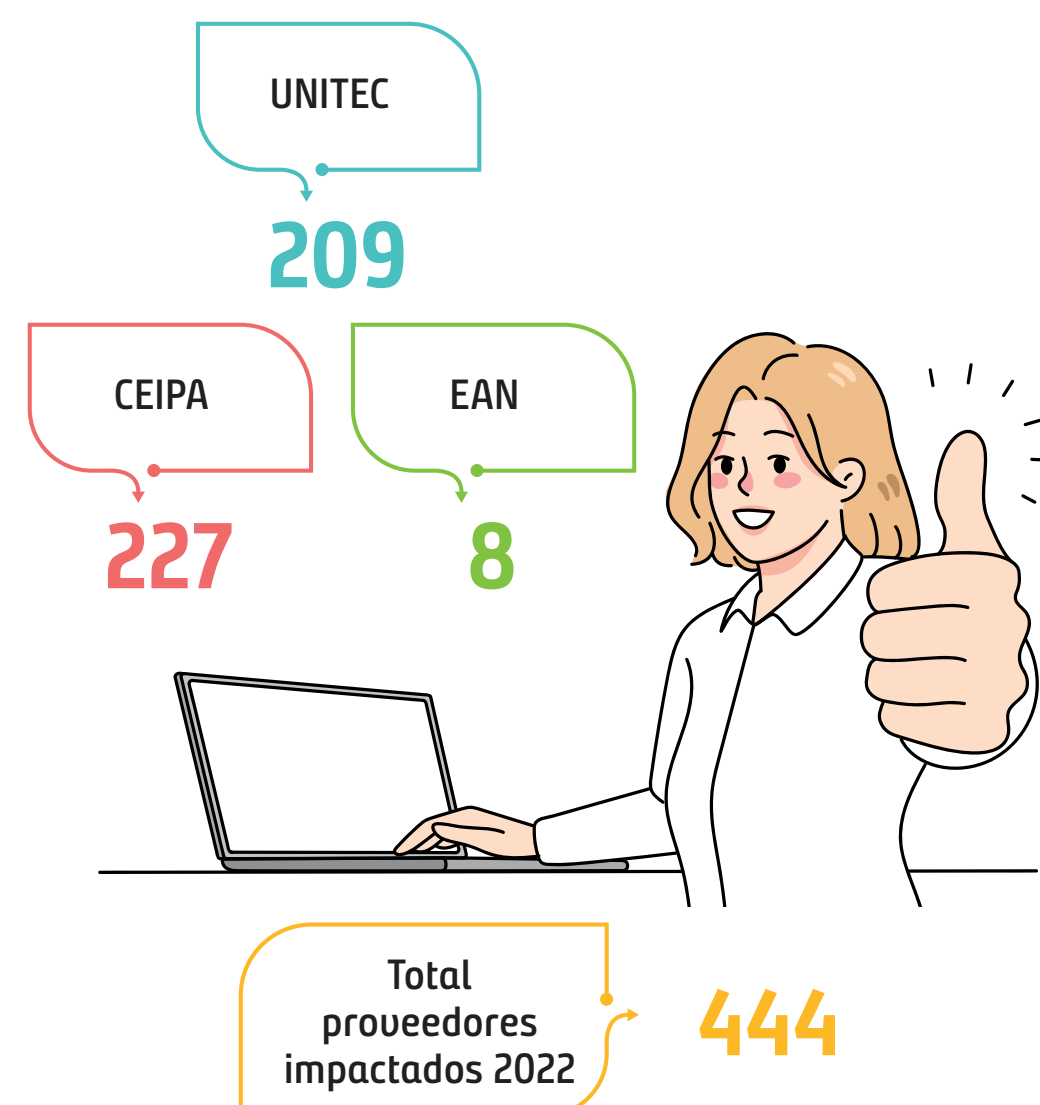
Contáctanos Escribe al correo jberdugo@homecenter.co o conoce [aquí](#) otros medios de consulta

Síguenos @homecenter_co

denominada Red de Suministro Responsable. Sin embargo, en el año 2022 no tuvimos ningún proveedor inscrito en los cursos.

De igual forma participamos del programa denominado "Curso para pymes de negocios competitivos" del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) para la elaboración de memorias de sostenibilidad de micro, pequeñas y medianas empresas que hacen parte de nuestra cadena de valor. Esto nos ha permitido mejorar la credibilidad, abrir nuevas líneas de negocio y aprovechar oportunidades de alianzas para hacer crecer las compañías, en el año 2022 participaron 5 proveedores en el desarrollo del mismo.

Por otra parte, durante este año contamos con tres alianzas importantes para el desarrollo de fortalecimiento de capacidades de nuestros proveedores: CEIPA Business School, UNITEC y la Universidad EAN. Estas alianzas han generado un impacto positivo en el desarrollo del programa, brindando espacios de cursos y Webinars virtuales con contenido valioso para este grupo de interés.



Implementamos acciones de crecimiento mutuo

HUB de proveedores

El HUB de proveedores de Sodimac Colombia es una plataforma en línea que permite a los proveedores de productos y servicios para el hogar registrarse y participar en el proceso de compras de Sodimac Colombia.

A través de esta herramienta, los proveedores pueden acceder a información sobre los requisitos para ser un proveedor de Sodimac Colombia, crear solicitudes de registro y participar en los procesos de selección. Además, pueden administrar sus perfiles, actualizar su información de contacto y enviar cotizaciones para productos y servicios.

En resumen, el HUB de Sodimac Colombia es una herramienta que facilita la comunicación y la gestión de proveedores entre Sodimac Colombia y sus socios comerciales.

Igualmente, durante el 2022, en Sodimac Colombia implementamos mejoras en los procesos de Crossborder, Marketplace y Fulfillment, lo que permitió un mayor crecimiento en estos modelos de negocio. El proyecto cumplió el 75% de su plan original y se agregó un 61% adicional de desarrollo.

Se realizó una integración de catálogo que permitió la codificación de más de 8.145 productos en tiempos más cortos que el proceso nacional. Además, se implementó una integración con FEDEX para la generación automática de guías de envío, lo que permitió a los proveedores gestionar su operación de manera autónoma y a los clientes realizar un seguimiento de sus pedidos.

También se desarrolló un módulo que permite a los proveedores consultar en tiempo real el inventario de los productos bajo el modelo de Fulfillment by Sodimac, lo que es importante, ya que la mercancía está bajo un modelo de consignación y los proveedores pueden retirar sus productos en cualquier momento y asegurarse de tener suficiente inventario en los centros de distribución.

Lo anterior denota el compromiso en la mejora continua que busca Sodimac para el fortalecimiento, mejora y profesionalización de la relación cliente-proveedor.

Mentorías

Las mentorías son una iniciativa que busca aportar a satisfacer las necesidades y requerimientos de nuestros aliados comerciales en diversas áreas, como Cadena de Suministro, Comercial, Seguridad y Salud en el Trabajo, Coaching de Equipos y Liderazgo, Tecnologías de la Información, E-commerce y Finanzas por medio de la transferencia de conocimiento de nuestros colaboradores. Esto con el fin de continuar fortaleciendo las relaciones con nuestros proveedores y compartir el conocimiento y experiencia de nuestros colaboradores con ellos.

En el 2022, llevamos a cabo dos tipos de mentorías, una utilizando el capital intelectual interno de Sodimac y la otra participando en la iniciativa "Todos Unidos" de la Cámara de Comercio de Bogotá D.C., donde se involucraron proveedores de nuestra cadena de suministro.

La mentoría corporativa tiene el potencial de contribuir al crecimiento personal, profesional y corporativo tanto del mentee como del mentor, permitiendo la profesionalización de diversas actividades a través de asesorías a proveedores de pequeñas y medianas empresas.



MENTORÍAS A PROVEEDORES PYME 2022

MENTORÍAS A PROVEEDORES | JULIO DE 2022 | RESPONSABILIDAD SOCIAL

Como resultado, brindamos orientación a 11 empresas, mentees, para el crecimiento de sus procesos internos por parte de ejecutivos/as y voluntarios/as de Sodimac, así como a dos empresas proveedoras nuestras dentro del programa “Todos Unidos”.



proveedores nacionales

Durante año 2022, mantuvimos nuestro compromiso con el desarrollo económico del país y las empresas locales al aumentar nuestras compras a proveedores tanto nacionales como internacionales. Estas cifras reflejan nuestro esfuerzo por ofrecer oportunidades a las empresas y contribuir a su fortalecimiento, lo que nos permite impactar positivamente la economía local.

Para el año 2023 esperamos seguir incrementando nuestro aporte al crecimiento de la economía local y la generación de oportunidades para las empresas colombianas.

Proveedores

Total compras a proveedores nacionales **4.285.385.335.108**
4.177.387.076.762

Total compras a proveedores de otros países **736.824.904.564**
722.320.084.970

Comercio de productos artesanales

En cuanto a los proyectos para apoyar los productos colombianos, desarrollamos una alianza con la Promotora de Comercio Social de venta comercial de productos artesanales elaborados a mano por familias de las diferentes regiones del país, esto con el objetivo de apreciar y reconocer las tradiciones y

nuestro patrimonio cultural. Adicional, el proceso de elaboración de todos los productos es sostenible con el medio ambiente.

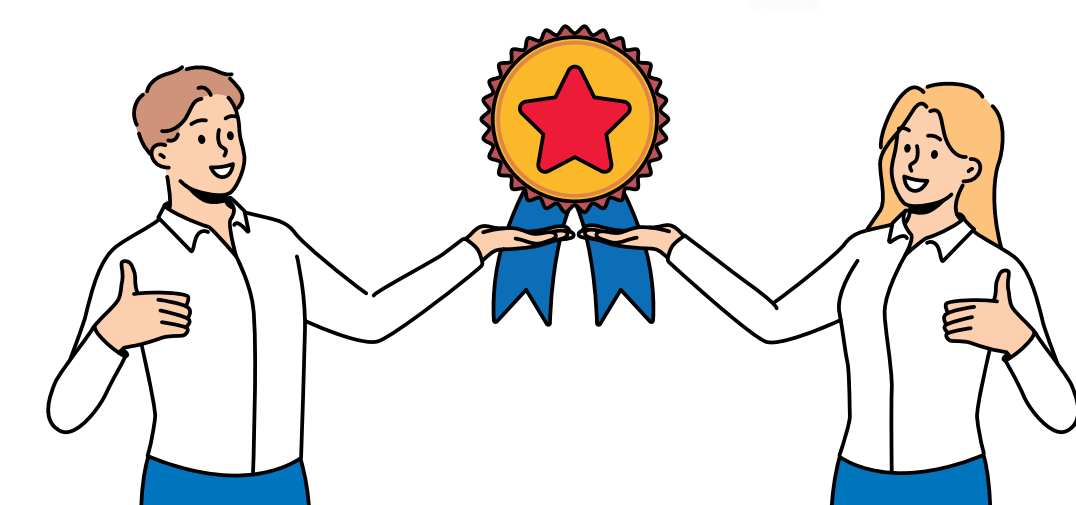
Durante el año lanzamos 2 colecciones para promover que las artesanías sean tenidas en cuenta en el diseño y decoración de espacios. La primera colec-



ción fue Seje que impactó a 700 familias de Córdoba y la segunda fue Caña Flecha que impactó alrededor de 720 familias de Córdoba y Sucre. Para el 2023 esperamos incrementar la visibilidad de estos productos y así apoyar a la economía de estas regiones y contribuir a los ingresos y al bienestar de las familias artesanas.

Premio a la Sostenibilidad Proveedores Sodimac

En su tercera edición, el Premio a la Sostenibilidad de Proveedores Sodimac se convirtió en una plataforma para destacar a aquellos que promueven prácticas responsables en sostenibilidad y derechos humanos. Durante el espacio, los proveedores demostraron su capacidad de co-creación, innovación y adaptación a los desafíos del mercado para implementar buenas prácticas. Este espacio permitió fortalecer nuestra relación de confianza con los proveedores y recordó la importancia de trabajar juntos para construir un país sostenible y lleno de oportunidades. Los ganadores de cada categoría fueron seleccionados por su adaptabilidad al cambio, innovación, impacto social, impacto ambiental, generación de valor y excelencia, entre otras virtudes.



Este año tuvimos una innovación al hacer un reconocimiento especial en Derechos Humanos a la empresa: **Virutex Ilko Colombia S.A.S.**

En el 2023, planeamos transformar el premio para expandir el número de participantes y convertirnos en un motor de cambio en materia de sostenibilidad



Contribuimos al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas

En Sodimac, estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo de las empresas locales, especialmente aquellas que son aliadas de nuestra compañía. Para lograr este objetivo, implementamos programas e iniciativas que buscan fortalecer su desempeño económico, social y medioambiental.

Como parte de nuestra estrategia contamos con plazos de pago a un máximo de 30 días, lo que permite ayudar en la gestión del capital de trabajo, negociamos plazos ampliados con grandes compañías en el cierre de tiendas.

Este año, la Ley 2024 del 23 de julio de 2020, también conocida como La Ley de Pago a Plazos Justos, entró en vigencia en Colombia. Esta ley establece que los proveedores pueden solicitar una indemnización por costos de cobro si los pagos se retrasan, y los plazos de pago serán definidos según la clasificación que cada empresa les dé a sus proveedores, basada en factores como ingresos, número de empleados y sector económico, entre otros.

En Sodimac, continuaremos cumpliendo con los plazos de pago establecidos en 2023, en línea con las políticas del gobierno nacional, para garantizar una relación comercial justa y sostenible con nuestros proveedores y contribuir al desarrollo económico de nuestra región.

#Proveedores



■ 2022 ■ 2021

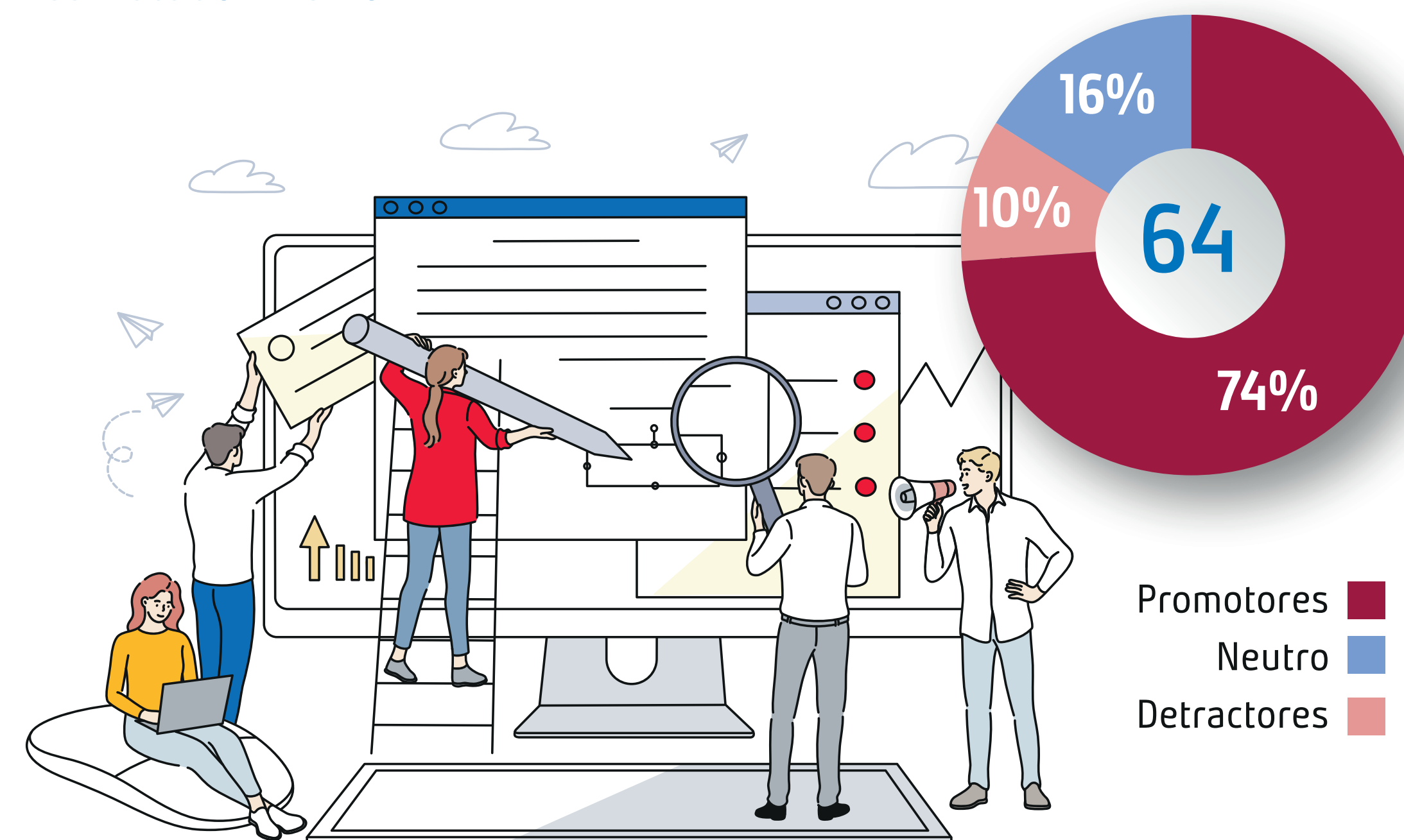
Medimos la satisfacción de nuestros proveedores

Diseñamos una encuesta que nos permite obtener el NPS de nuestros proveedores basado en la experiencia que han tenido con nosotros, por medio de este indicador podemos entender su opinión y alinear nuestras acciones con sus prioridades. Utilizamos las respuestas obtenidas para mejorar las soluciones y servicios que tenemos disponibles, además incluimos preguntas asociadas a los

procesos y momentos de contacto que se han identificado en el journey de los sellers/proveedores.

Durante el 2022, realizamos 3 mediciones que nos permitieron identificar nuestras fortalezas y oportunidades. Las actividades mejor calificadas fueron información, órdenes de compra, gestión del despacho y proceso de ventas. Por otro lado, las oportunidades identificadas fueron claridad información pagos, seguimiento a solicitudes y solución a solicitudes.

Acumulado NPS 2022



En el 2023, nos enfocaremos en mantener y dar a conocer la estrategia de fidelización de sellers/proveedores a nivel interno, implementaremos el programa Academia de aliados y fortaleceremos los canales de comunicación al tiempo que fomentamos su autogestión.

INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO SOBRE LA INFORMACIÓN DE SOSTENIBILIDAD SELECCIONADA INCLUIDA EN EL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2022 DE SODIMAC COLOMBIA S.A.

A la Asamblea de Accionistas de Sodimac Colombia S.A.

Informe de aseguramiento limitado sobre la información de sostenibilidad seleccionada incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac Colombia S.A.

Hemos llevado a cabo un trabajo de aseguramiento limitado sobre la información selecta detallada en el Anexo A (en adelante, información objeto de aseguramiento), incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac Colombia S.A. dirigido a la Asamblea de Accionista por el año terminado el 31 de diciembre de 2022. Este compromiso de aseguramiento fue llevado a cabo por un equipo multidisciplinario que incluye profesionales de aseguramiento y especialistas en sostenibilidad y medio ambiente.

Nuestro compromiso de aseguramiento limitado se realizó únicamente en relación a la información seleccionada de sostenibilidad incluida en el Anexo A. Nuestro informe de aseguramiento no se extiende a información de períodos anteriores ni otra información incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022, ni otra información relacionada a dicho reporte que pudiera contener imágenes, audios o videos.

Crterios

Los criterios utilizados por la administración de Sodimac Colombia S.A. para preparar la información objeto de aseguramiento incluida en el Reporte de sostenibilidad 2022 fueron establecidos considerando los conceptos, requerimientos y principios expuestos en los estándares Global Reporting Initiative ("GRI", por sus siglas en inglés), los cuales se detallan en el anexo A adjunto.

Responsabilidad de la administración sobre la información objeto de aseguramiento incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022

La administración es responsable de la preparación de la información objeto de aseguramiento incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de acuerdo con los criterios establecidos en los estándares GRI. Esta responsabilidad incluye el diseño la implementación y el mantenimiento del control interno relevante para la preparación de la información objeto de aseguramiento que esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error.

Limitaciones inherentes del encargo de aseguramiento

La información de sostenibilidad seleccionada está sujeta a incertidumbre inherente debido al uso de información no financiera la cual es objeto de mayores limitaciones inherentes que la información financiera dada la naturaleza de los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar dicha información. En la preparación de la información seleccionada la entidad efectúa interpretaciones cualitativas sobre la relevancia, la materialidad y la exactitud de la información que están sujetas a supuestos y juicios.

Nuestra Independencia y Control de Calidad

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

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

Responsabilidad de los profesionales independientes

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

Los procedimientos que realizamos se basaron en nuestro juicio profesional e incluyeron indagaciones, observación de los procesos realizados, inspección de documentos, procedimientos analíticos, evaluación de la idoneidad de los métodos de cuantificación y políticas de informes y acuerdo o conciliación con los registros subyacentes.

Dadas las circunstancias del compromiso, hemos realizado los siguientes procedimientos:

- a. A través de indagaciones, obtuvimos una comprensión del entorno de control y sistemas de información de Sodimac Colombia S.A., relevantes, pero no evaluamos el diseño de las actividades de control particulares ni obtuvimos evidencia sobre su implementación, ni probamos su efectividad operativa.
- b. Entendimiento de las herramientas usadas para generar, agregar y reportar la información objeto de aseguramiento mediante indagaciones con los responsables de los procesos relacionados.
- c. Pruebas sustantivas sobre una base selectiva aleatoria de la información objeto de aseguramiento, elaborada por la administración, para determinar los estándares e indicadores y corroborar que los datos se hayan medido, registrado, recopilado e informado adecuadamente a través de:
 - i. Inspección de políticas y procedimientos establecidos por la compañía.
 - ii. Inspección de documentos soporte de origen interno y externo.



- iii. Recálculos
- iv. Comparaciones de los contenidos presentados por la Administración con lo establecidos en la sección de criterios de este informe.

En el anexo A se detalla la información objeto de aseguramiento incluida en el alcance de nuestro trabajo.

Nuestro encargo de aseguramiento limitado se realizó solamente con respecto a la información objeto de aseguramiento incluida en la Anexo A, por el año terminado el 31 de diciembre de 2022; y no hemos realizado ningún procedimiento con respecto de años anteriores, proyecciones y metas futuras, o cualquier otro elemento de otra información incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022 por el año terminado el 31 de diciembre de 2022 y, por lo tanto, no expresamos una conclusión al respecto.

Un trabajo de aseguramiento limitado implica evaluar lo apropiado, en la circunstancia, del uso de los criterios por parte de la administración como base para la preparación de la información objeto de aseguramiento; evalúan todos los riesgos de errores materiales de la información objeto de aseguramiento debido a fraude o error; respondiendo a los riesgos evaluados según sea necesario en las circunstancias; y evaluando la presentación general de la información objeto de aseguramiento incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022. El alcance de un trabajo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el de un trabajo de aseguramiento razonable en relación tanto con los procedimientos de evaluación de riesgo, incluido un entendimiento del control interno, así como con los procedimientos realizados en respuesta a los riesgos evaluados. Por lo anterior, no expresamos una conclusión de aseguramiento razonable acerca de si la información objeto de aseguramiento ha sido preparada en todos los aspectos materiales, de conformidad con lo establecido en la sección de criterios de este informe.

Consideramos que la evidencia obtenida es suficiente y apropiada para proveer una base para nuestra conclusión de aseguramiento limitado.

Conclusión del Aseguramiento Limitado

Con base en el trabajo efectuado descrito en este informe, los procedimientos llevados a cabo y la evidencia obtenida, no ha llegado a nuestro conocimiento ninguna cuestión que nos lleve a pensar que la información objeto de aseguramiento incluida en el anexo A por el año terminado el 31 de diciembre de 2022, no ha cumplido en todos los aspectos materiales, de conformidad con lo establecido en la sección de criterios de este informe.

Restricción del uso del Informe

Nuestro informe se emite exclusivamente con el propósito expuesto en el primer párrafo y, no debe utilizarse para ningún otro propósito ni ser distribuido a otras partes por sí solo. Este informe se refiere solamente a los asuntos mencionados en las secciones precedentes y la información objeto de aseguramiento incluida en el anexo A y no se extiende a ninguna otra información financiera y no financiera incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac Colombia S.A. por el año terminado el 31 de diciembre de 2022, ni a sus estados financieros, tomados en su conjunto.


SANDRA MILENA VILLABONA L.
 Socia

Bogotá, 28 de abril de 2023



ANEXO A

A continuación, se detallan los Estándares GRI, definidos por la Administración de la Compañía como la información objeto de aseguramiento limitado.

Estos criterios de evaluación forman parte integral de nuestro informe de aseguramiento limitado independiente a la información objeto de aseguramiento incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2022 de Sodimac Colombia S.A. por el año terminado el 31 de diciembre de 2022

Estándar GRI	Descripción
GRI 403-9 (2018)	Lesiones por accidente laboral
GRI 404-1 (2016)	Promedio de horas de formación al año por empleado.
GRI 404-3 (2016)	Porcentaje de empleados que recibe evaluaciones regulares de desempeño y del desarrollo de su carrera.
GRI 305-1 (2016)	Emisiones directas de CO2 Alcance 1.
	a. El valor bruto de emisiones directas de GEI (alcance 1) en toneladas métricas de CO2 equivalente. b. Los gases incluidos en el cálculo: CO2.
GRI 305-2 (2016)	Emisiones indirectas de CO2 Alcance 2.
	a. El valor bruto de emisiones directas de GEI (alcance 2) en toneladas métricas de CO2 equivalente. b. Los gases incluidos en el cálculo: CO2.
GRI 306-3 (2020)	Residuos generados.
GRI 406-1 (2016)	Casos de discriminación y acciones correctivas





Homecenter Colombia



@Homecenter_co



Homecenter Colombia



Homecenter_Co