

Bogotá, D.C., Abril 18 de 2020

Señores
SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA
Dirección de Supervisión a Emisores
Att. Dr. José Antonio Giraldo Sierra
Director de Supervisión a Emisores
Ciudad

Ref. 2020064568-000-000 - 2020064568-000-001
443 - ACTUACIONES DE CONTROL SOBRE EMISORES
Respuesta

Estimados Señores:

Comedidamente damos respuesta al requerimiento de la referencia en atendiendo las observaciones que nos fueran planteadas en el mismo, así:

1. Desde Sodimac Colombia y nuestras marcas Homecenter y Constructor nos hemos sintonizado con la situación de emergencia por la que atraviesa el país, la crisis sanitaria provocada por el COVID 19 y el Aislamiento Obligatorio decretado por las autoridades. Respecto de lo cual tenemos una actitud solidaria.
2. En atención a lo anterior, preparándonos para la situación que podía venir, solicitamos autorización a la Junta Directiva para aumentar nuestro nivel de endeudamiento, la cual fue reportada como información relevante el 21 de marzo de los corrientes.
3. El 24 de marzo de 2020, con el fin de cuidar de nuestros clientes y de nuestros colaboradores, reportamos nuestro cierre de tiendas, dejando abiertos sólo cuatro de ellas, como centros de abastecimiento para las ventas que efectuáramos por nuestros canales de Ventas a Distancia. De la misma manera permanentemente estamos monitoreando la situación e implementando e innovando estrategias y adelantando algunas iniciativas para poder abrir al público, lo antes posible, algunos de nuestros almacenes.
4. En anexo, les enviamos un cuadro que detalla los riesgos que hemos identificado en medio de esta situación, y las medidas de mitigación que hemos implementado para hacer frente a los mismos.
5. Es importante señalar que Sodimac Colombia S.A., con ocasión de la declaratoria de emergencia, ha venido gestionando los riesgos para garantizar el bienestar del talento humano, la continuidad del negocio y el cumplimiento de la nueva normatividad nacional. Para ello se conformó un Comité de Crisis integrado por un equipo interdisciplinario que permanentemente se reúne y evalúa la evolución de la situación, para dar lineamientos a todos los frentes de trabajo.

Atentamente,

Andrés Melo Quijano
Representante Legal Para Asuntos Legales y Judiciales

**ANEXO ÚNICO
CUADRO DE RIESGOS Y MEDIDAS DE MITIGACIÓN**

Riesgos	Medidas de Mitigación
Interrupción de la operación por ausencia de personal debido al contagio de Covid-19.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cierre de Oficinas Administrativas y la operación en tiendas físicas, durante el periodo de aislamiento, de acuerdo a la normatividad nacional/local. 2. Se implementaron protocolos de trabajo en casa. 3. Se promoviendo la efectividad y agilidad en las funciones de cada cargo, involucrando las herramientas virtuales para reuniones e intercambio seguro de información. 4. Divulgación permanente de medidas de prevención y rutinas de aseo a todos los empleados para generar conciencia y responsabilidad ante la pandemia. 5. Adaptando los almacenes como centros de abastecimiento de emergencia para la atención de suministro de productos de primera necesidad de cuidado personal, o resolver urgencias domésticas, y una especial atención al sector hospitalario, ajustando los procesos bajo la nueva modalidad de venta (Nodo). 6. Se definieron protocolos de higiene y seguridad para prevenir un contagio de los colaboradores, clientes y proveedores para los nodos que se habilitaron. 7. Definición de la Matriz de Reemplazo de Emergencia, para asegurar la continuidad de la operación del negocio. 8. Se definió un protocolo detallado de los procesos para la reapertura de la operación en las tiendas.
Sanciones o afectación reputacional por incumplimientos de alguna norma nacional o local emitida para evitar la propagación del Covid-19.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitoreo permanente a la normatividad expedida y comunicación por parte de los líderes de proceso para su cumplimiento. 2. Revisión de la normatividad nacional / local y construcción de protocolos para el cumplimiento de la misma. 3. Garantizar el cumplimiento a los protocolos de higiene y seguridad para evitar contagio.
Pérdida de liquidez de la Compañía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autorización por parte de Junta Directiva para una operación de endeudamiento, la cual fue ejecutada en la tercera semana de marzo. 2. Mantenimiento oportuno de los cupos de crédito con los bancos. 3. Gestión de coberturas frente a la volatilidad actual del tipo de cambio.
Demoras en el reinicio de operaciones del sector	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo con los gremios para asegurar el retorno seguro a las operaciones y reactivación de la economía.
Incumplimiento de las metas de ventas afectando las proyecciones de la compañía.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover los mecanismos digitales (página y App) y fidelización de clientes para aumento de ventas digitales. 2. Fortalecimiento del canal de venta empresa a entidades institucionales y hospitalarias.

<p>Sub o sobre stock de inventario y la lentitud en el abastecimiento de los mismo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitoreo semanal de inventarios, para priorizar las existencias de productos de primera necesidad gel antibacterial, tapabocas, guantes, productos de Aseo, Higiene y Limpieza. E igualmente estamos dando prioridad en la venta y despacho de estos productos para abastecer con ellos a la población. 2. Monitorear con los proveedores, para continuar con la logística de cargue / descargue y la proyección/tiempo. 3. Modificación y nuevas campañas con productos existentes, de alto inventarios.
<p>Fuga de información sensible por las nuevas conexiones remotas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cifrado de discos duros para evitar la perder la información. 2. Doble factor de autenticación en conexiones remotas y correo electrónico. 3. Bloqueo para dispositivos de USB. 4. Validación a conexiones remotas y filtros de navegación. 5. Aumento en monitoreo de seguridad para captar fugas de información, cubriendo todas las plataformas (firewall, proxy, antivirus, etc.) 6. Campañas de sensibilización a través del medio de información corporativo y correo electrónico.