

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

SODIMAC PERÚ 2017



"JUNTOS CONSTRUIMOS
SUEÑOS Y PROYECTOS
DE HOGAR"





COMPROMETIDOS
CON LA CONSTRUCCIÓN Y
EL PROGRESO DE
LAS PERSONAS

RAZÓN SOCIAL:

Sodimac Perú S.A.
R.U.C. 20389230724

COMENTARIOS O SUGERENCIAS, CONTACTAR A:

Mirtha Chávez Aranda
Jefe de Clima y Sostenibilidad
mjchavez@sodimac.com.pe

COORDINACIÓN Y EDICIÓN DEL CONTENIDO

María Luisa Espinosa Talavera
Susy Nakamoto Ishara

DIAGRAMACIÓN

Aurora Espinosa T.

FOTOGRAFÍAS

Archivos Sodimac Perú

Dirección: Av. Angamos Este 1805, interior 2
Surquillo, Lima - Perú

www.sodimac.com.pe

Teléfono: (511) 2119500



INDICE

A nuestros grupos de interés	04
1. Sodimac Perú	06
1.1 Nosotros	
1.2 Desempeño económico	
1.3 Gestión de riesgos	
2. Somos sostenibles	13
2.1 Políticas sostenibilidad de sodimac peru	
2.2 Pilares de sostenibilidad: Nuestros grupos de interés	
2.3 Comunicación con nuestros grupos de interés	
2.4 Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	
2.5 Midiendo nuestra gestión sostenible	
2.6 Estructura del área de sostenibilidad	
2.7 Plan estratégico de sodimac Perú	
2.8 Temas estratégicos de sostenibilidad	
3. Gobierno corporativo y ética	26
3.1 Gobierno corporativo	
3.2 Valores y principios	

3.3 Ética	
3.4 Anticorrupción	
3.5 Competencia desleal	
3.6 Cumplimiento regulatorio	
4. Nuestros asesores	44
4.1 Dimensiones	
4.2 Presencia en el mercado	
4.3 Empleo	
4.4 Clima laboral	
4.5 Capacitación y Desempeño	
4.6 Salud y seguridad en el trabajo	
4.7 Plan equidad, diversidad y prevención de la violencia (EDIPVI)	
4.8 Libertad de asociación y negociación colectiva	
5. Nuestros proveedores	71
5.1 Nuestra cadena de suministro	
5.2 Evaluación de proveedores	
6. Nuestros clientes	75
6.1 Comercio y marketing responsable	
6.2 Calidad y seguridad del cliente	
6.3 Privacidad de datos de los clientes	

7. Nuestra comunidad	80
7.1 Todos somos Una sola Fuerza	
7.2 Club de Voluntarios	
7.3 Otras actividades	
8. Nuestro ambiente	90
8.1 Gestión del medio ambiente	
8.2 Consumo de energía	
8.3 Huella de carbono	
8.4 Residuos Sólidos	
9. Índice de contenidos Global Reporting Initiative	102



A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 102-14)

Estimados/as,
Quisiera empezar este documento agradeciendo y reconociendo públicamente el trabajo desplegado por nuestras tiendas, Centro de Distribución, *Call Center* y Oficina de apoyo durante el año 2017, que fue retador, pero que nos permitió consolidar nuestro enfoque estratégico y humano como empresa.

Nuestros valores “REIR” son nuestro sello cultural: vivimos con **R**espeto, **E**xcelencia, **I**ntegridad y **R**esponsabilidad, pues sabemos que es la mejor manera de seguir siendo líderes de un mercado competitivo, aportando positivamente a nuestros grupos de interés y construyendo juntos los sueños y proyectos de los hogares de este hermoso país.

Día a día dirigimos nuestro esfuerzo en satisfacer las necesidades de los clientes, quienes son nuestra razón de ser, a través del desarrollo de nuestra oferta de valor del negocio. Esta última se basa en los objetivos que hemos determinado para los próximos años, siendo los principales: consolidar nuestras metas de venta, buscar una mejor rentabilidad, cuidar nuestros gastos, y promover medios de pago que beneficien a nuestros clientes, con un enfoque sostenible y transversal que genere un valor compartido y que impacte positivamente tanto dentro como fuera de la empresa, contribuyendo a la sociedad y a la construcción de un mejor país.

Nuestra misión va más allá de la norma, renovando cada año nuestro compromiso de ser una empresa socialmente responsable, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Éstos nos ayudan a planificar y ejecutar acciones de negocio con un entendimiento real del potencial impacto que podemos generar como agentes de cambio en nuestra sociedad, cada vez más cambiante, cada vez más global.

En un año en el que tanto la estabilidad institucional como las tendencias de consumo e inversión han alcanzado puntos críticos, era importante para nosotros afianzar nuestros compromisos. Velamos no solo por brindar una experiencia memorable a nuestros(as) clientes(as), asesores(as) y proveedores(as), sino también construir junto a ellos(as) un mejor Perú para las generaciones presentes y futuras con miras a un desarrollo sostenible.

De cara a nuestros clientes, nos preocupamos de acondicionar tiendas más atractivas para nuestro público, con un cambio de *look and feel*, con iluminación *led* y procesos eficientes en su operación, apuntando a que puedan tener una experiencia satisfactoria de compra. También, potenciamos nuestros canales de venta digital y fortalecimos la experiencia de omnicanalidad a través del uso de herramientas como la realidad virtual. Además, trabajamos en asegurar la fluidez de la logística interna de nuestros productos, logrando la reducción de la venta perdida.

Por otro lado, el 2017 será recordado también como un año en que se puso a prueba la fuerza de los peruanos para sobreponerse a la adversidad, pues a inicios del año el fenómeno climático del niño costero y su devastador impacto nos unió para poner en marcha nuestro plan de emergencia y apoyar incondicionalmente a nuestros(as) asesores(as) afectados(as) y a las comunidades, desplegando programas como WASI, mediante el cual se pudo acompañar a la comunidad de Curamori a nivel emocional en los momentos de emergencia; realizar talleres y capacitaciones para las familias en condiciones vulnerables y acompañarlas en esta difícil etapa. Nuestro programa de voluntariado mostró su apoyo incondicional ante estas situaciones difíciles como país, armando centros de acopio dentro de nuestras tiendas, recolectando donaciones y visitando las zonas afectadas en Lima y el norte. En cambio, con relación al panorama político, se vivieron cambios importantes en nuestras autoridades, lo que nos trajo inestabilidad política, pero siempre con una visión positiva como país.

Sabemos también que el bienestar no se logra sin igualdad de oportunidades de desarrollo y, por ello, promovemos desde siempre un ambiente laboral pleno para todos y todas. Es por ello que este 2017, decidimos dar un paso más y poner en marcha nuestro Plan de Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia (EDIPVI). Para lograrlo, en una primera etapa, empoderamos y formamos a nuestra primera promoción de Gestores(as) de Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia (EDIPVI), responsables de ejecutar las actividades del plan, así como, de velar por crear y cultivar una cultura de paz, alineándola a nuestro propósito y valores dentro y fuera de la empresa, y aportando al equilibrio y armonía de nuestras comunidades desde un rol de empresa responsable. Además, potenciamos nuestros canales de escucha dirigidos a



nuestros(as) asesores(as), tales como el canal Confía, de orientación psicológica o legal, y EticaAcción, canal de denuncias de situaciones que incumplan nuestro Código de Ética.

Como consecuencia de nuestro trabajo sostenido, seguimos cosechando logros y reconocimientos que nos hacen sentir orgullosos y refuerzan nuestra confianza en seguir dando un servicio de excelencia y cultivando buenas prácticas. Entre ellos, destacamos el puesto 9 en el ranking de mejores empresas para trabajar en el Perú del *Great Place to Work Institute*, con un 87% de percepción de confianza y satisfacción por parte de nuestros(as) asesores(as), cuyo bienestar es una de nuestras metas continuas, y el Distintivo Empresa Socialmente Responsable otorgado por Perú 2021 y CEMEFI de México, el cual obtuvimos por cuarto año consecutivo, y que reconoce la gestión socialmente responsable de las empresas.

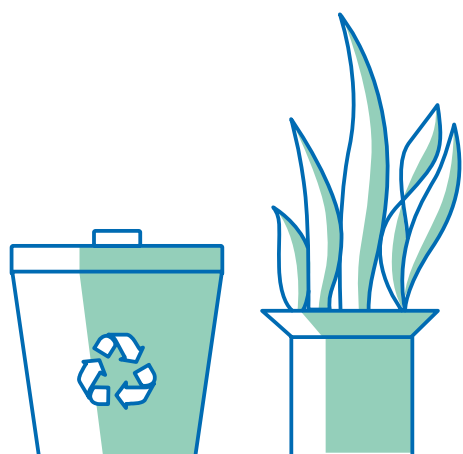
En el 2018, mantendremos el foco en el desarrollo de nuestro propósito **“juntos construimos sueños y proyectos de hogar”** buscando incrementar la satisfacción y lealtad en nuestros(as) clientes(as), para así ser la fuente de inspiración para aquellos(as) que buscan remodelar su hogar. Asimismo, trabajamos por ser el aliado de negocio de los maestros(as) y profesionales de la construcción.

Presentamos entonces el resumen de un año de trabajo y esfuerzo detallado en resultados numéricos y el relato de prácticas estandarizadas durante el periodo 2017, preparado en cumplimiento con la metodología de los Estándares del *Global Reporting Initiative* (Estándares GRI) y en observancia de nuestro compromiso con los principios del Pacto Mundial, los lineamientos de la ISO 26000, el Índice de sostenibilidad *Dow Jones* (DJSI) y nuestro indicador interno Index de sostenibilidad corporativo. Todos estos lineamientos nos aseguran la continuidad y sostenibilidad de nuestras políticas y de nuestra contribución a la construcción de una sociedad cada vez más igualitaria y justa, donde todos(as) en Perú podamos alcanzar el bienestar y desarrollo que soñamos.



Hernán David Pérez Arroyave

Gerente General
SODIMAC PERÚ





1 SODIMAC
PERÚ



1.1 NOSOTROS

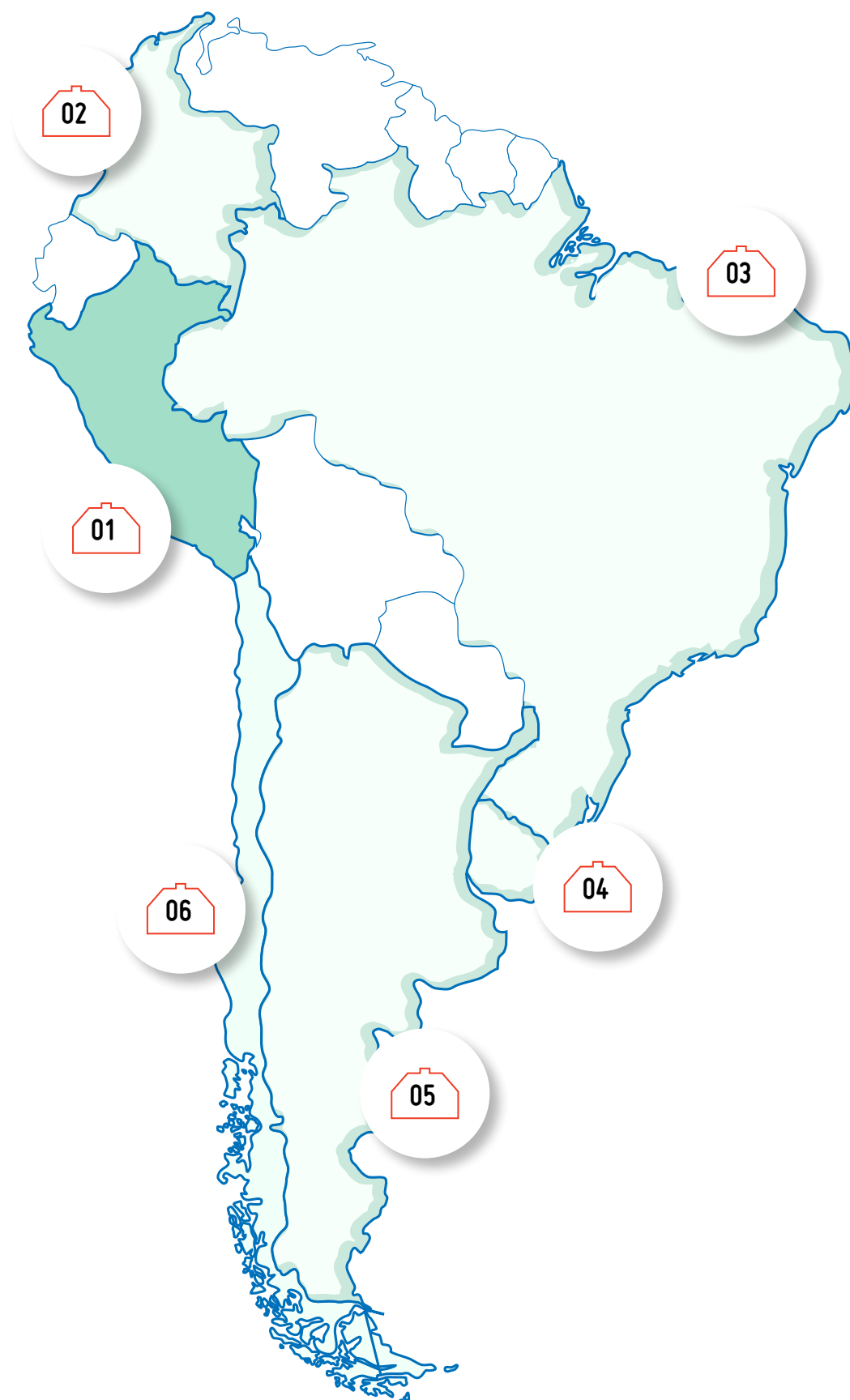
(GRI 102-1) (GRI 102-2) (GRI 102-3) (GRI 102-4) (GRI 102-6) (GRI 102-7)



Somos Sodimac Perú S.A., empresa dedicada a la venta de materiales de construcción y mejoramiento del hogar. Estamos conformados por dos marcas: Sodimac Homecenter y Sodimac Constructor.

Operamos a nivel de Latinoamérica en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil y Uruguay. Hacia fines del 2016, ingresamos al mercado mexicano, comenzando operaciones de oficina en el 2017 con proyección de apertura de tiendas en los próximos años.

01	PERÚ
02	COLOMBIA
03	BRASIL
04	URUGUAY
05	ARGENTINA
06	CHILE





En Perú, nuestra oficina central se encuentra en Lima: Av. Angamos 1805, Surquillo. Contamos con 26 tiendas a nivel del territorio nacional, distribuidas de la siguiente manera:

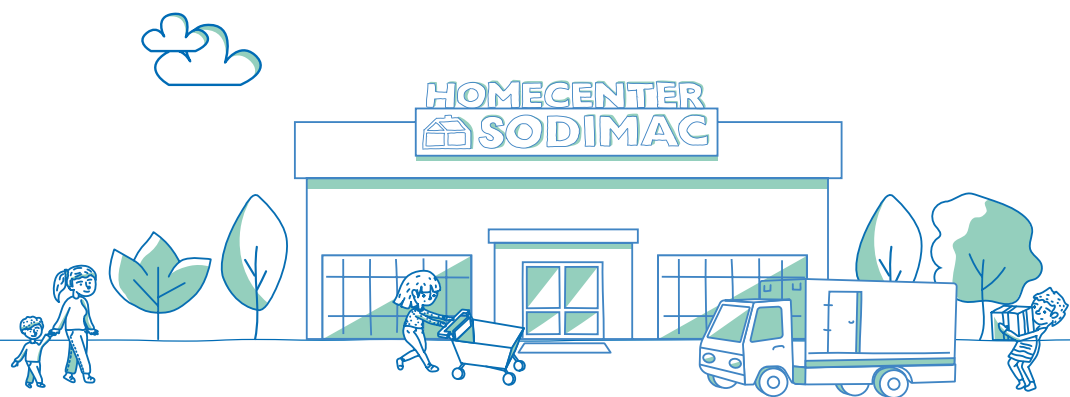
LIMA (12 tiendas, 1 Centro de distribución y 1 Call Center):

- San Miguel (2004)
- Mega Plaza (2005)
- Atocongo (2006)
- Javier Prado (2007)
- Lima Centro (2008)
- Canta Callao (2008)
- Bellavista (2008)
- Angamos (2010)
- Jockey Plaza (2011)
- Ate (2013)
- San Juan de Lurigancho (2013)
- Villa El Salvador (2014)
- Centro de distribución Lurín (2016) y Call Center

PROVINCIAS (14 tiendas):

- Chiclayo 1 y 2
- Trujillo 1 y 2
- Ica
- Piura
- Arequipa
- Chimbote
- Cañete
- Huacho
- Pucallpa
- Sullana
- Cajamarca
- Huancayo

Con estas tiendas, mantenemos presencia en 10 regiones del Perú: Lima, Piura, Lambayeque, La Libertad, Ica, Arequipa, Áncash, Pucallpa, Cajamarca y Huancayo.



Nuestras cifras clave en el año 2017:

(GRI 102-7)

5,957	40,4%	59,6%
ASESORES(AS)	MUJERES	HOMBRES
26	01	01
OPERACIONES	TIENDAS (presencia en 10 regiones)	CENTRO DE DISTRIBUCIÓN CALL CENTER
S/ 1 694 952,387	0,7%	
VENTAS NETAS	CRECIMIENTO CON RESPECTO AL 2016	
S/1,085,330,484 (36.5%)		
CAPITALIZACIÓN	DEUDA	
S/ 1,889,559,618 (63.5%)		
	CAPITAL	

PRODUCTOS
Y SERVICIOS
PROPORCIONADOS

Más de **15,000** productos de construcción y mejoramiento del hogar con los que buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros clientes



Nuestro mercado está compuesto por tres segmentos importantes:
(GRI 102-6)

1. Familias: personas naturales: entre 25 y 65 años, de niveles socioeconómicos A, B, C y D. Hombres y mujeres (decisiones de compra) que participan de manera directa o indirecta en la compra de los productos y en cuyos hogares se realiza algún arreglo, mejora, remodelación o construcción.



2. Especialistas y profesionales: gasfiteros(as), albañiles, carpinteros(as), electricistas, pintores(as), ingenieros(as) civiles, arquitectos(as), contratistas, etc. que se encuentran ejerciendo su profesión, participando en la construcción, remodelación, mantenimiento o decoración de hogares o empresas.



3. Empresas: todas las empresas, organizaciones e instituciones que deseen materiales de construcción para sus proyectos inmobiliarios y productos para el mejoramiento, mantenimiento y reparación de la infraestructura en donde desarrollan sus actividades.

VENTAEMPRESAS

Iniciativas externas

(GRI 102-12)

Evaluamos nuestros planes, programas y acciones de sostenibilidad con base en los siguientes instrumentos internacionales:

- Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE.
- Norma ISO 26.000: Responsabilidad social.
- *Global Reporting Initiative*, Estándares GRI.
- Principios Rectores Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas e Índice de Sostenibilidad *Dow Jones* (DJSI).
- *Great Place to Work*.
- Compromiso de Perú frente al cambio climático (Acuerdo de París).

Afiliaciones

(GRI 102-13)

Somos miembros de las siguientes organizaciones:

- Patronato de Peru2021.
- Cámara Peruana de la Construcción — CAPECO.
- Cámara de Comercio Americana del Perú —AMCHAM.
- Cámara de Comercio de Lima.
- Asociación de Anunciantes del Perú.
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú.
- Sedex, a nivel corporativo.



Premios y reconocimientos

- **Distintivo Empresa Socialmente Responsable:** Sodimac Perú obtuvo por cuarto año consecutivo el distintivo “ESR”, el cual fue entregado por la organización Perú 2021 y el Centro Mexicano para la Filantropía — CEMEFI, en reconocimiento a los programas que viene realizando e impulsando, con los cuales buscan crear repercusiones positivas en la sociedad.
- **Puesto 9° en el *Great Place To Work* nivel nacional — 2017.**
- **Reconocimiento Revista Corresponsables:** Sodimac Perú fue reconocida por la revista Corresponsables por su participación y colaboración como empresa promotora de comunicación responsable y buenas prácticas a favor del desarrollo sostenible del país.
- **Reconocimiento del Ministerio de Defensa:** Destacaron las soluciones empresariales que Sodimac Perú implementó frente al fenómeno del niño costero.
- **Reconocimiento Merco Talento Perú 2017:** Sodimac Perú fue reconocida como una de las empresas peruanas líderes en gestión de talento de la 4ª edición de Merco Talento Perú 2017, uno de los monitores de referencia mundial. En el *ranking*, Sodimac Perú se encuentra entre las 50 mejores empresas que destacaron por su mayor capacidad para atraer y retener talento en el Perú, figurando como el único *retail* de mejoramiento del hogar.
- **Cámara Comercio de Lima:** mejor tienda de mejoramiento del hogar.
- **Premios obtenidos por la campaña Carretera Sodimac:**
 - **Internacionales**
 - 3 *Cannes Lions*
 - 5 Soles de Iberoamérica
 - 2 *Clio Awards*
 - 2 LATAM *Effie Awards*
 - 17 Ojos de Iberoamérica
 - **Locales**
 - 1 *Effie Award* por Carretera Sodimac
 - 2 Totem por Carretera Sodimac (mejor campaña OOH del Perú)



1.2 DESEMPEÑO ECONÓMICO

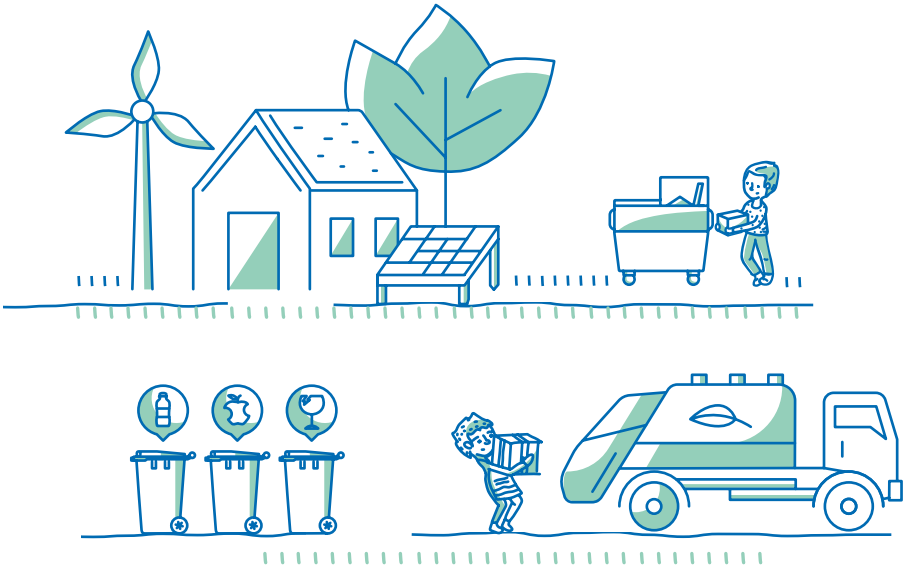
(GRI 102-45) (GRI-desempeño económico) (GRI 201-1)

Para nosotros es importante mantener un desempeño económico de crecimiento, pues todas las estrategias de desarrollo empresarial generan un impacto en cada uno de nuestros grupos de interés. Incrementar el valor económico generado permite a la empresa seguir desarrollando relaciones fuertes y duraderas con sus proveedores, empoderar y desarrollar a sus asesores/as, otorgar retornos a sus inversionistas y prestamistas, aportar a los gobiernos regionales y centrales, invertir en la mejora de la comunidad e inspirar a sus clientes a construir sus sueños y proyectos.

El desempeño económico se trabaja en base a 3 pilares: rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad, a través de los cuales se busca conseguir un impacto ambiental, social y económico equilibrado.

Sodimac Perú cuenta con indicadores (KPI-key performance indicators) financieros con los que evalúa mes a mes su desempeño. Éstos indicadores le permiten dar continuidad a buenas prácticas, identificar oportunidades de mejora y apostar por el crecimiento conjunto con sus principales grupos de interés.

Anualmente, el Directorio y la Junta Anual de Accionistas revisan nuestros estados financieros, los cuales abarcan la gestión de Sodimac Perú S.A.



VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO		
IMPÁCTO ECONÓMICO	2017 (soles)	2016 (soles)
VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEC)		
a) Ingresos ¹	1,694,952,387	1,682,495,741
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (B)		
b) Costos operativos (pago a proveedores) ²	1,346,100,569	1,410,022,422
c) Retribución a asesores (as) ³	200,350,018	187,389,367
d) Pagos a proveedores de fondos ⁴	48,179,257	⁶
e) Pagos a gobiernos ⁵	22,921,568	16,828,703
f) Inversiones en la comunidad	448,519	776,452
Total del valor económico distribuido	1,617,999,931	1,615,016,944
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER = VEC-VED)	76,952,455	67,478,797

(1) Incluye ingresos financieros, ingresos por servicios y otros ingresos, así como venta de activos.

(2) Incluye gastos generales: publicidad, instalaciones, consultorías y otros.

(3) Incluye gastos de personal: remuneraciones, bonificaciones, incentivos y otros. Así como beneficios sociales.

(4) Proveedores de fondos: dividendos, intereses a proveedores de préstamos, intereses de cualquier forma de deuda, préstamos y pagos vencidos a accionistas.

(5) Impuestos y sanciones.

(6) Incluido en Costos operativos (pago a proveedores).



1.3 GESTIÓN DE RIESGOS

(GRI 102-30)

Sodimac Perú monitorea la gestión de los riesgos a través del Comité de Riesgo y Cumplimiento, integrado por:

- Gerencia General.
- Gerencia de Administración y Finanzas.
- Gerencia Legal.
- Gerencia de Sistemas.
- Sub Gerencia de Riesgo y Cumplimiento.

Este comité se reúne mensualmente para conocer el avance en la gestión de los riesgos clasificados en cuatro categorías:

- Operacionales.
- Físicos.
- Cumplimiento regulatorio.
- Tecnologías de la información

La Gerencia General informa trimestralmente al Directorio respecto a la gestión de riesgos.

Los riesgos son gestionados por las propias áreas en cuyos procesos se generan los riesgos, a través de la implementación de controles en sus procesos o planes de acción específicos. Las acciones de gestión están orientadas a la reducción de la probabilidad de ocurrencia del escenario de riesgo identificado y/o a la mitigación del impacto potencial de su materialización. Las acciones más comunes para reducir la probabilidad de ocurrencia de los escenarios de riesgo pasan por sustituir controles manuales por controles automatizados o aumentar la confiabilidad de los sistemas de información y tratamiento de datos. Las acciones mitigadoras varían de acuerdo a la naturaleza del riesgo.

El impacto potencial de los riesgos es evaluado por la empresa en cuatro dimensiones: impacto sobre la vida de las personas que trabajan en nuestras tiendas o nuestros clientes, impacto en el cumplimiento regulatorio en las localidades donde operamos, impacto en la reputación corporativa e impacto financiero de un evento o sus consecuencias. La empresa ha establecido una ponderación cuantitativa para cada uno de estos impactos potenciales, siendo el impacto sobre la vida el que recibe mayor ponderación que los demás. Para la evaluación de aquellos riesgos que tienen el potencial de impactar en más de una dimensión, como por ejemplo, un evento adverso que impacte el cumplimiento regulatorio y a la vez trascienda e impacte a la reputación corporativa, la evaluación tiene en cuenta el impacto combinado en ambas dimensiones.

Durante el año 2017, se realizó el mapeo de los riesgos de todas las áreas de la empresa identificándose 394 riesgos operacionales, priorizando la gestión de 19 riesgos evaluados como críticos y altos. Para el año 2018 se tiene previsto ampliar el foco de atención prioritaria a otros 5 riesgos evaluados como alto, a fin de reducir su nivel de riesgo a medio.

Nuestro sistema de gestión de riesgos no ha desarrollado elementos que correspondan específicamente al principio de precaución, que está principalmente orientado a la gestión del impacto ambiental. El desarrollo de la gestión de impactos se basa en los 11 principios básicos señalados en la norma ISO 31000, los cuales son principios generales aplicables a cualquiera de los temas que traten los riesgos, incluyendo el ambiental.





2 SOMOS SOSTENIBLES





2.1 POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD DE SODIMAC PERU

(GRI 102-40) (GRI 102-42)

Estamos comprometidos en ser una empresa socialmente responsable con nuestros clientes, comunidad, asesores (as), proveedores, medio ambiente y con la sociedad en general, buscando aportar al desarrollo de los países donde estamos presentes. Este es el desafío para todo nuestro quehacer como empresa, integrando las diferentes áreas de nuestra empresa.

Hemos desarrollado una variedad de buenas prácticas de responsabilidad social y ambiental que aporten al desarrollo sostenible. Hoy, somos muy conscientes del impacto significativo que generamos a nivel económico, social y medioambiental, y continuamos reforzando la sostenibilidad como un compromiso transversal de toda nuestra empresa, que en la práctica se ve reflejado en el trabajo constante con todos nuestros grupos de interés.

¿De dónde partimos?

Construimos relaciones sólidas con nuestros grupos de interés, pilares básicos en nuestra gestión.



2.2 PILARES DE SOSTENIBILIDAD: NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 102-40) (GRI 102-42)

- **Asesores y asesoras:** Nuestros asesores y asesoras son piezas fundamentales de nuestro avance y posicionamiento en el mercado, es por ello que buscamos ofrecer un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes con los(as) asesores(as), el respeto a la dignidad de las personas, la diversidad y fomentar el diálogo como mecanismo esencial de relacionamiento, en el marco de una cultura saludable, y de respeto por los derechos humanos y la libertad de expresión.
- **Clientes:** Son el centro de nuestro quehacer, a través del comercio y marketing responsable, asegurando la disponibilidad, la calidad y la seguridad de nuestros productos, respetando sus derechos, atendiendo sus expectativas y habilitando múltiples canales de comunicación con ellos, cumpliendo nuestras promesas, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor experiencia en servicio.
- **Proveedores:** Tratamos a nuestros proveedores de una manera justa y transparente. Nuestros aliados comerciales cumplen un rol muy importante como socios estratégicos dentro de nuestra cadena de valor, reafirmamos nuestro compromiso de transparencia comercial, estando totalmente en contra de la corrupción y los conflictos de interés. Buscamos operar siempre bajo normas de ética y transacciones transparentes, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.
- **Comunidad:** Buscamos que nuestras acciones impacten positivamente en nuestra comunidad y el mejoramiento de su calidad de vida. Además, apuntamos a construir una relación mutuamente beneficiosa y directa con ellos, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.
- **Medio Ambiente:** Nuestro compromiso con el medio ambiente implica medir, prevenir y reducir los impactos negativos de nuestra operación sobre el mismo, buscando el uso eficiente de los recursos, a favor del desarrollo sostenible.
- **Gobierno:** Mantenemos un constante diálogo con organizaciones de gobierno, para identificar intereses comunes y construir alianzas que contribuyan a una mejor sociedad.

Los que fueron identificados tomando en cuenta:

- **Influencia:** grupos que tienen o tendrán posibilidad de influenciar la capacidad de Sodimac Perú para alcanzar sus metas, ya sea que sus acciones puedan impulsar o impedir su desempeño.
- **Dependencia:** grupos que dependen de Sodimac Perú.



2.3 COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 102-43) (GRI 102-44)

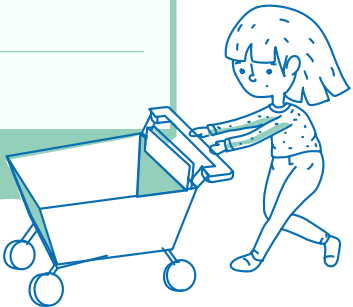
Mantenemos canales de comunicación con todos nuestros grupos de interés. Durante el año 2017, los canales utilizados y los temas clave identificados fueron los siguientes:



ASESOERES Y ASESORAS			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2017	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Reuniones de confianza	Mínimo 1 vez al mes	Aspectos relevantes de la operación, clima laboral, relación entre equipos y jefes(as).	Informes permanente y seguimiento del plan de acción.
Desayunos con gerencia	4 veces al mes	Aspectos relevantes de la operación, clima laboral, relación entre equipos y jefes(as).	Informes permanente y seguimiento de plan de acción. Coordinación de plan de acción con gerencias observadas.
EticaAccion	Permanente	Véase sección 3.3 de este reporte.	Véase sección 3.3 de este reporte.
Línea Confía	Permanente	Vease sección 4.7 de este reporte.	Vease sección 4.7 de este reporte.
Encuesta interna de clima laboral	Anual	Véase sección 4.4 de este reporte.	Plan de acción de mejoras por tienda y por empresa.
Encuesta GPTW	Anual	Véase sección 4.4 de este reporte.	Plan de acción de mejoras por tienda y por empresa.
Intranet	Permanente	---	---
Murales digitales	Permanente	---	---
Reuniones bimensuales	Cada 2 meses	---	---
Reporte de sostenibilidad	Anual	---	---



CLIENTES			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2017	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Correo electrónico	Diaria	Consultas de pago, programación de pagos. Circularización de cuentas por pagar	Se envió de forma masiva las circularizaciones. Respuestas efectivas para programaciones de pagos.
	Según lo requerido por el cliente a través de post venta (sharepoint para visitas a clientes por casos de reclamo de productos importados)	Información técnica. Certificación de producto. Observaciones de producto.	A través de correos, informes técnicos, envío de documentos tales como certificados.
Presencial	Diaria	Pronto pagos, descuadres, devoluciones, facturación electrónica.	Resultados beneficiosos en las negociaciones de pronto pago. Reuniones productivas con nuestros clientes, en referencia a facturación electrónica.
Telefónica	Diaria	Consultas de pago, programación de pagos, pronto pagos, descuadres, devoluciones,	Se logró una comunicación fluida y certera en los temas específicos, logrando afianzar nuestros lazos comerciales.
	Según lo requerido por el cliente a través de post venta (sharepoint para visitas a clientes por casos de reclamos de productos importados)	Información técnica. Certificación de producto. Observaciones de producto.	A través de correos, informes técnicos, envío de documentos tales como certificados.
Documentos en línea	Permanente.	Ubicación de fichas técnicas.	Capacitación acerca de dónde ubicar la información.
Reporte de sostenibilidad	Anual	---	---



PROVEEDORES			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2017	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Correo electrónico / Teléfono.	Semanal	Reducción de medidas de bolsas T-Shirt (consumo de menos plástico).	Coordinación con el área de Operaciones, para realizar un piloto en 3 tiendas y luego réplica a nivel nacional.
	A requerimiento	Nuevas reglamentaciones que deben cumplir ciertas categorías de productos (etiquetado de eficiencia energética).	Con respuesta que se tenía conocimiento y algunos enterándose por nuestra comunicación.
Reporte de sostenibilidad	Anual	---	---



COMUNIDAD —MEDIO AMBIENTE				
ORGANIZACIÓN	CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2017	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
TECHO	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Mensual	• Donaciones por el fenómeno niño costero • Plan de acción para zonas afectadas por el fenómeno del niño costero.	Se ayudó a provincias de Piura, Chiclayo y Trujillo construyendo viviendas de emergencia con el club de voluntarios de la organización. Entrega de donación de materiales de construcción, alimentos, kits de limpieza, carpas, linternas, entre otros.
FE Y ALEGRÍA	Reuniones Correo electrónico Teléfono	Mensual	• Donaciones por el fenómeno niño costero • Plan de acción para zonas afectadas por el fenómeno del niño costero.	Voluntariado en Lima y provincias Talleres de equidad
HABITAT	Reuniones Correo electrónico	De acuerdo al avance de los planes de acción que se tienen en conjunto	Plan de acción frente a familias desplazadas por el fenómeno del niño costero en Curamori, Piura	Implementación de Wasi, programa para ayudar en emergencias a familias , talleres de cuidado de salud y talleres de formación económica para generar ingresos o negocios post desastre.





COMUNIDAD —MEDIO AMBIENTE				
ORGANIZACIÓN	CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2017	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Capeco	Reuniones Correo electrónico	Semanal	sensibilización sobre construcción segura	Construye bien: plataforma de construcción segura para nuestro país.
Ministerio de Vivienda	Reuniones Correo electrónico	De acuerdo al avance de los planes de acción que se tienen en conjunto	Implementación de viviendas de emergencia en poblaciones afectadas	Revisión de espacios y zona de la comunidad, construcción de viviendas ecoamigables. Donación de muebles para viviendas fabricadas.
Ministerio de Cultura	Reuniones Correo electrónico Teléfono	De acuerdo al avance de los planes de acción que se tienen en conjunto	Plan de acción por desastre del fenómeno del niño costero	Implementación de Wasi, programa para ayudar en emergencias a familias , talleres de cuidado de salud y talleres de formación económica para generar ingresos o negocios post desastre
Ministerio del ambiente	Mesas de trabajo (reuniones)	Semestral	Acciones de sensibilización y conci-entización de reducción plástico	Donaciones de motobombas y voluntariado activo frente a emergencias.
Municipalidad Huarmey	Correo electrónico	Según requer-imiento	Donación de materiales en conjunto con empresas del Grupo Falabella	Donación de motobombas, mangueras, plásti-cos, carpas, contenedores.
Todos	Reporte de sostenibilidad	Anual	---	---



GRUPO DE INTERÉS: AUTORIDADES			
CANAL DE DIÁLOGO	FRECUENCIA	TEMAS IMPORTANTES EN EL 2017	¿CÓMO SE DIO RESPUESTA AL TEMA TRATADO?
Cartas y oficios (físico, correo electrónico)	De acuerdo con los requerimientos normativos	No se tuvo ningún tema en especial	---
Reporte de sostenibilidad	Anual	---	---



2.4 COMPROMETIDOS CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

(GRI 102-12)



Al ser Sodimac Perú una empresa privada, tenemos un rol muy importante en la adaptación de medidas que contribuyan a promover la prosperidad, proteger el medioambiente, favorecer al crecimiento económico y cubrir necesidades sociales. Como parte de nuestra gestión, los ODS que buscamos cumplir y los definidos a nivel corporativo son los siguientes:

8: Trabajo decente y crecimiento económico: generamos empleabilidad y trabajo formal.

11: Ciudades y comunidades sostenibles: buscar la mejora y accesos básicos de las comunidades, urbanizaciones y ciudades inclusivas.

12: Producción y consumo responsable: uso de eficiente de los recursos, energía y evaluar el ciclo del producto.

13: Acción por el clima: tomar medidas para combatir el cambio climático y sus efectos.

En nuestros programas:

1: Fin de la pobreza.

3: Salud y bienestar.

5: Igualdad de género: brindar las mismas oportunidades de desarrollo para nuestros(as) asesores(as) y en nuestra cadena de valor.

7: Energía renovable y no contaminante.

17: Alianza para lograr objetivos.



2.5 MIDIENDO NUESTRA GESTIÓN SOSTENIBLE : INDEX DE SOSTENIBILIDAD SODIMAC

(GRI 102-3)

En Sodimac desarrollamos un indicador estratégico enfocado en evaluar la gestión de sostenibilidad de la empresa, el grado de alineación a prácticas de clase mundial y el nivel de integración de los temas materiales o estratégicos de sostenibilidad en nuestra gestión.

La evaluación de los planes, programas y acciones de sostenibilidad se realiza con base en los siguientes instrumentos internacionales:

- Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas,
- Directrices para Empresas Multinacionales de la OCDE,
- ISO 26.000,
- Global Reporting Initiative (GRI),
- Principios Rectores Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas e
- Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI).

El indicador estratégico de sostenibilidad 2017 para Sodimac Perú se situó en **57%**, subiendo 5 puntos en comparación con el año 2016, y reflejó un trabajo integral y holístico en la gestión de la sostenibilidad en las unidades de negocio, con diferencia en avances, cubriendo transversalmente las principales áreas estratégicas del negocio.

Asimismo, los pilares con mayor fuerza fueron “clientes” y “trabajadores”.

Durante 2018, desarrollaremos planes de acción para las oportunidades de mejora identificadas en la última medición del Index 2017 y continuaremos fortaleciendo nuestros ciclos de gestión sostenible y buenas prácticas.



2.6 ESTRUCTURA DEL ÁREA DE SOSTENIBILIDAD

(GRI 102-20)

Sodimac Perú cuenta con un área de Sostenibilidad, la cual forma parte del área de Recursos Humanos y Sostenibilidad. Además, cuenta con un Comité de Sostenibilidad, liderado por el Gerente General. En cada una de las tiendas a nivel nacional, se cuenta con equipos descentralizados conformados por los mismos asesores(as) de tienda. Durante las reuniones de los miembros del Comité de Sostenibilidad, se discuten frecuentemente temas relevantes, con miras a realizar prácticas que nos lleven a un desarrollo sostenible.

Nuestro objetivo fundamental como empresa es reafirmar nuestro compromiso de ser una empresa socialmente responsable, por lo que cumplimos con los lineamientos de la Declaración de los Derechos Humanos, nos adherimos al Pacto Mundial, operamos bajo los principios del ISO 26,000, nos guiamos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI), entre otros acuerdos normativos internacionales que regulan nuestras actividades.

Comité de sostenibilidad Sodimac Perú

Este comité está integrado por el Comité Ejecutivo de Sodimac Perú, cuyos miembros son los máximos ejecutivos de la empresa, quienes se reúnen constantemente a lo largo del año, con el propósito de resolver y analizar los objetivos, estrategias y metas de la empresa en todo ámbito, y contribuir de esta forma con el progreso económico, social y medioambiental. Cada objetivo trazado es evaluado en base a criterios que luego permiten que se desarrollen decisiones y/o acciones transversales al negocio y que perduren a lo largo del tiempo, buscando satisfacer las necesidades presentes y velar por las futuras, es decir, que sean sostenibles. Asimismo, evalúan y validan el Reporte de Sostenibilidad.

Funciones del área de Sostenibilidad

- Gestionar y desarrollar la Política de Responsabilidad Social y de Sostenibilidad de Sodimac Perú, incorporando los planes y acciones a la estrategia de sostenibilidad, alineados a políticas y organismos internacionales, como lo son el ISO 26000, los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI) y el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI).
- Elaborar y coordinar estrategias destinadas a proteger y fomentar el patrimonio, la imagen y la responsabilidad social de Sodimac Perú, con la finalidad de garantizar que las acciones efectuadas por la empresa y sus estrategias futuras cumplan con la normativa legal, los estándares nacionales e internacionales y potenciando su crecimiento a largo plazo.
- Coordinar el Comité de Sostenibilidad de Sodimac Perú, integrado por los máximos ejecutivos de la empresa.
- Participar en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven la sostenibilidad.
- Fomentar y facilitar, en conjunto con las gerencias de la empresa, los planes de acción relativos a la Política de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de Sodimac Perú.
- Coordinar la elaboración del Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Perú.
- Participar en los organismos y alianzas de interés común nacionales e internacionales que promuevan la Sostenibilidad de Sodimac Perú.
- Mantener contacto directo con los diferentes grupos de interés de la empresa y contribuir con su desarrollo económico, social y ambiental.
- Contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental de todas las comunidades en las que el Sodimac Perú opera.



2.7 PLAN ESTRATÉGICO DE SODIMAC PERÚ

(GRI 102-46)

Sodimac Perú se ha planteado como vía de desarrollo el crecimiento responsable y sostenible en el tiempo, a través de la adopción de tres cimientos:



• CRECIMIENTO:

Buscamos crecer responsablemente, generando mejores accesos, canales de comunicación, mejores productos y servicios para nuestros clientes.



• RENTABILIDAD:

Para perdurar en el tiempo debemos ser rentables, es por ello que reforzamos en nuestras capacitaciones el ser eficientes en nuestras acciones, la productividad lleva al éxito.



• SOSTENIBILIDAD:

Es importante contribuir con el desarrollo integral de los clientes, asesores y asesoras, proveedores y comunidades, reduciendo a la vez el impacto de nuestras operaciones sobre el medioambiente.

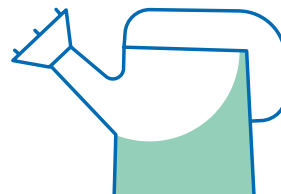
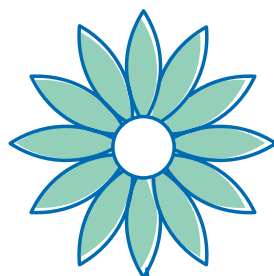
Cada uno de estos cimientos estratégicos es evaluado de manera anual, con la finalidad de colaborar con la construcción de una mejor empresa, orientados a perdurar en el tiempo. Este trabajo es obtenido mediante un esfuerzo integrado entre las gerencias, con el desarrollo de proyectos y sustentado en estrategias transversales.

2.8 TEMAS ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD

(GRI 102-46) (GRI 102-47)

En el 2017, Sodimac ha continuado trabajando su materialidad con la planificación estratégica de la empresa 2016-2021 y homologada con las unidades de mejoramiento del hogar en Chile, Colombia, Perú, Argentina, Uruguay y Brasil, para contar con una lista de temas estratégicos corporativos. Con esto, se asegura que todas estas unidades están gestionando los mismos temas y en base a estos resultados las nuevas operaciones en otros países tendrán claro cuáles son los temas que deben gestionar.

Los temas destacados en el cuadro siguiente indican las prioridades para la empresa y sus partes interesadas, y dónde se generan impactos en la cadena de valor:



Pilar Sodimac	Tema Material	Cadena de Suministro		Lógica (centros de distribución y transporte)	Operaciones comerciales			Uso y posconsumo
		Internacional	Nacional		Construcción de tiendas	Operación de tiendas	Comercio electrónico	
GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL	Lineamientos y gestión de sostenibilidad	●	●	●	●	●	●	●
	Relacionamiento con grupos de interés	●	●	●	●	●	●	●
	Innovación y desarrollo	●	●	●	●	●	●	
	Ética y anticorrupción	●	●	●		●		
	Rendición de Cuentas y Transparencia	●	●	●	●	●	●	●
	Derechos Humanos	●	●	●	●	●	●	●
	Gestión de riesgo financiero y no financiero	●	●	●	●	●	●	●
	Regulación - Cumplimiento normativo	●	●	●	●	●	●	●
TRABAJADORES	Calidad de vida			●		●		
	Clima laboral			●		●		
	Diversidad e inclusión			●		●		
	Formación y desarrollo profesional			●		●		
	Diálogo social	●	●	●	●	●		
	Salud y seguridad laboral	●	●	●	●	●		
	Remuneraciones, beneficios y compensaciones			●		●		
CLIENTES	Experiencia de compra omnicanal			●		●	●	●
	Ética publicitaria					●	●	●
	Educación y consumo responsable					●	●	●
	Salud y seguridad con producto	●	●					●
PROVEEDORES	Gestión sostenible de proveedores	●	●					
	Calidad de productos	●	●					
	Gestión de riesgo en proveedores	●	●					
	Canales de atención y reclamos	●	●					
	Gestión de pequeños proveedores	●	●					
COMUNIDAD	Gestión con la comunidad				●	●		
	Empleabilidad local				●	●		
	Alianzas con la comunidad				●	●		
	Catástrofes con impacto en viviendas					●		
MEDIOAMBIENTE	Cambio climático	●	●	●	●	●		●
	Eco eficiencia operacional	●	●	●	●	●		
	Gestión de residuos			●	●	●		●
	Ciclo de vida del producto	●	●					●
	Transporte y logística			●			●	
	Productos sostenibles	●	●					●

- Impacto Directo (Responsabilidad Sodimac)
- Impacto Indirecto



3 GOBIERNO
CORPORATIVO



3.1 GOBIERNO CORPORATIVO

(GRI 102-5) (GRI 102-24) (GRI 102-23) (GRI102-22) (GRI 405-1)

Sodimac Perú S.A. se constituye el 16 de junio de 1998 como “Sociedad Anónima”, siendo una persona jurídica de derecho privado que se rige por sus estatutos y la ley general de sociedades del territorio peruano.

Inicialmente, contó con un capital de

S/ 28,000.00

nuevos soles, representados por 28000 acciones de un valor nominal de S/1.00 cada una, suscritas y pagadas, las cuales se suscribieron de la siguiente manera:

SODIMAC S.A. DE CHILE,

25,200 acciones.

SOCIEDAD DE CRÉDITOS COMERCIALES LTDA.,

1,400 acciones.

ADMINISTRADORA DE TARJETAS DE CRÉDITO
COMERCIALES LTDA.

1,400 acciones.

Actualmente, la propiedad de Sodimac Perú S.A. está distribuida de la siguiente manera:

FALABELLA PERÚ S.A.A.,

titular de **1,530,670,874** acciones.

Equivale al **99.99%** de la propiedad.

Open Plaza S.A.,

titular de **1** acción.

Equivalente al **0.01%** de la propiedad.

Todas las acciones tienen un valor nominal de S/1.00 y han sido íntegramente suscritas y totalmente pagadas.

Inicia operaciones en el año 2004, con la apertura de la tienda San Miguel (Lima).

En septiembre del 2014, Sodimac Perú, adquiere el 100% de acciones de su principal competidor en Perú, la cadena especializada en mejoramiento del hogar y la construcción MAESTRO Perú S.A., consolidando su estrategia y fortaleciendo el desarrollo internacional de la Corporación Falabella.





Los órganos de dirección de Sodimac Perú son:

1. Junta general de accionistas.
2. Directorio.
3. Gerencia.

Junta General de Accionistas

Se reúne obligatoriamente una vez al año, dentro de los tres meses siguientes a concluido el ejercicio económico. En esta reunión, entre una serie de funciones que puede realizar y que se encuentran detalladas en los Estatutos, se pronuncia sobre la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior, expresados en los estados financieros de dicho ejercicio. Así mismo, es la responsable de nombrar, remover y reemplazar a los miembros del Directorio.

Directorio (estatutario Perú)

El Directorio está compuesto por un número no menor de 3 ni mayor de 5 miembros. El Directorio tiene una duración de 3 años. Para ser Director no se requiere ser accionistas, es un cargo que recae en personas naturales y es personal. Se eligen tanto Directores titulares como alternos. Es nombrado por la Junta de Accionistas en la Junta Anual de Accionistas.

Para el periodo 2017, los Directores de Sodimac Perú fueron los siguientes¹:

- Presidente (no ejecutivo): Juan Fernando Correa Malachowski, de nacionalidad peruana.
- Director (no ejecutivo²): Juan Xavier Roca Mendenhall, de nacionalidad peruana.
- Director (no ejecutivo): Bruno Alberto Funcke Ciriani, de nacionalidad peruana.
- Director (ejecutivo³): Enrique Armin Gunderman, de nacionalidad chilena.

El presidente del Directorio es el Country Manager de Falabella Perú. No ejerce labor ejecutiva directa en Sodimac Perú.

Se lleva a cabo una vez al año. Por parte de Sodimac Perú, asiste el Gerente General, quien expone los temas de riesgo y contingencia y los resultados de la empresa:

- Presentación de resultados país desagregado por formato y/o línea de negocio (*Retail*, *Wholesale*, NSR, subgrupos).
- Temas específicos por área (según agenda).
- *Safe Guardian* (contratos entre partes relacionadas, auditoría, riesgo y cumplimiento, juicios y contingencias)

No existen comités del Directorio estatutario país.

¹ El 100% de los miembros de Directorio son hombres (GRI 405-1).

² No tiene vínculo laboral con la empresa.

³ Ejerce labores en Sodimac Perú.



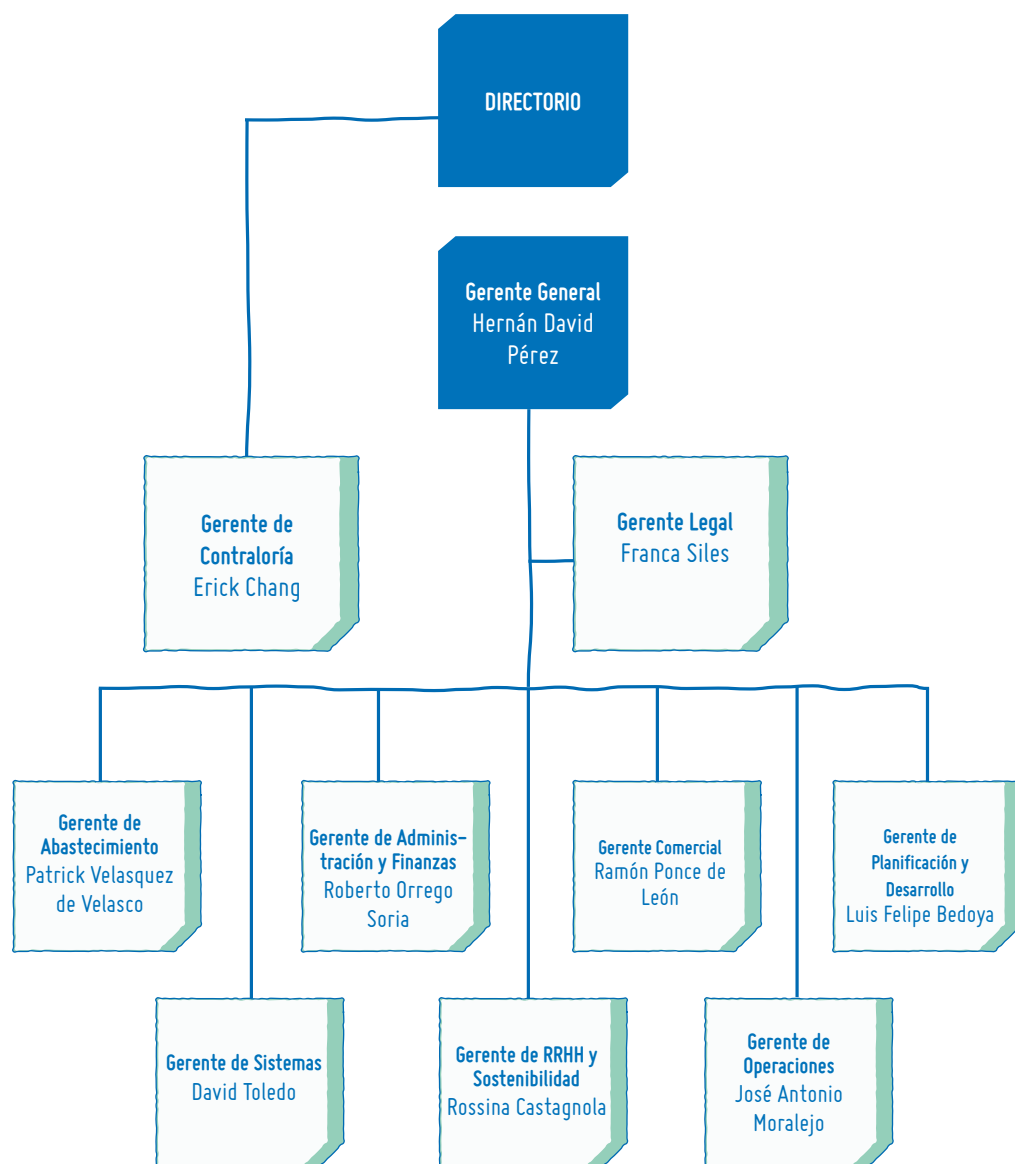
Comité ejecutivo Sodimac Perú

(GRI 102-18)

Está conformado por los gerentes de primera línea de Sodimac Perú. Oficialmente no figura como órgano de la sociedad según los Estatutos. Tiene como función garantizar la ejecución directa de las operaciones de Sodimac Perú.



Organigrama Sodimac



Al ser Sodimac Perú parte de un grupo transnacional con sede en Chile, cuenta adicionalmente con dos instancias corporativas dentro de su esquema de gobierno corporativo:

Comité de gestión país

Cuenta con la asistencia de los Gerentes de Sodimac Corporativo y ciertos miembros del Comité ejecutivo de Sodimac Perú. Se realizan los meses que no hay Directorio (estatutario Perú).

Durante éste, el Gerente General de Sodimac Perú presenta los resultados de la operación del negocio y el seguimiento del negocio y proyectos:

- Presentación de resultados de Sodimac Perú, desagregado por formato y/o línea de negocio (*Retail*, *Wholesale*, *NSR*, subgrupos).
- Temas específicos por área (según agenda) entrando en profundidad en las prioridades estratégicas y alineación con la dirección de Sodimac Corporativo.



Equipo ejecutivo y Comité ejecutivo corporativo

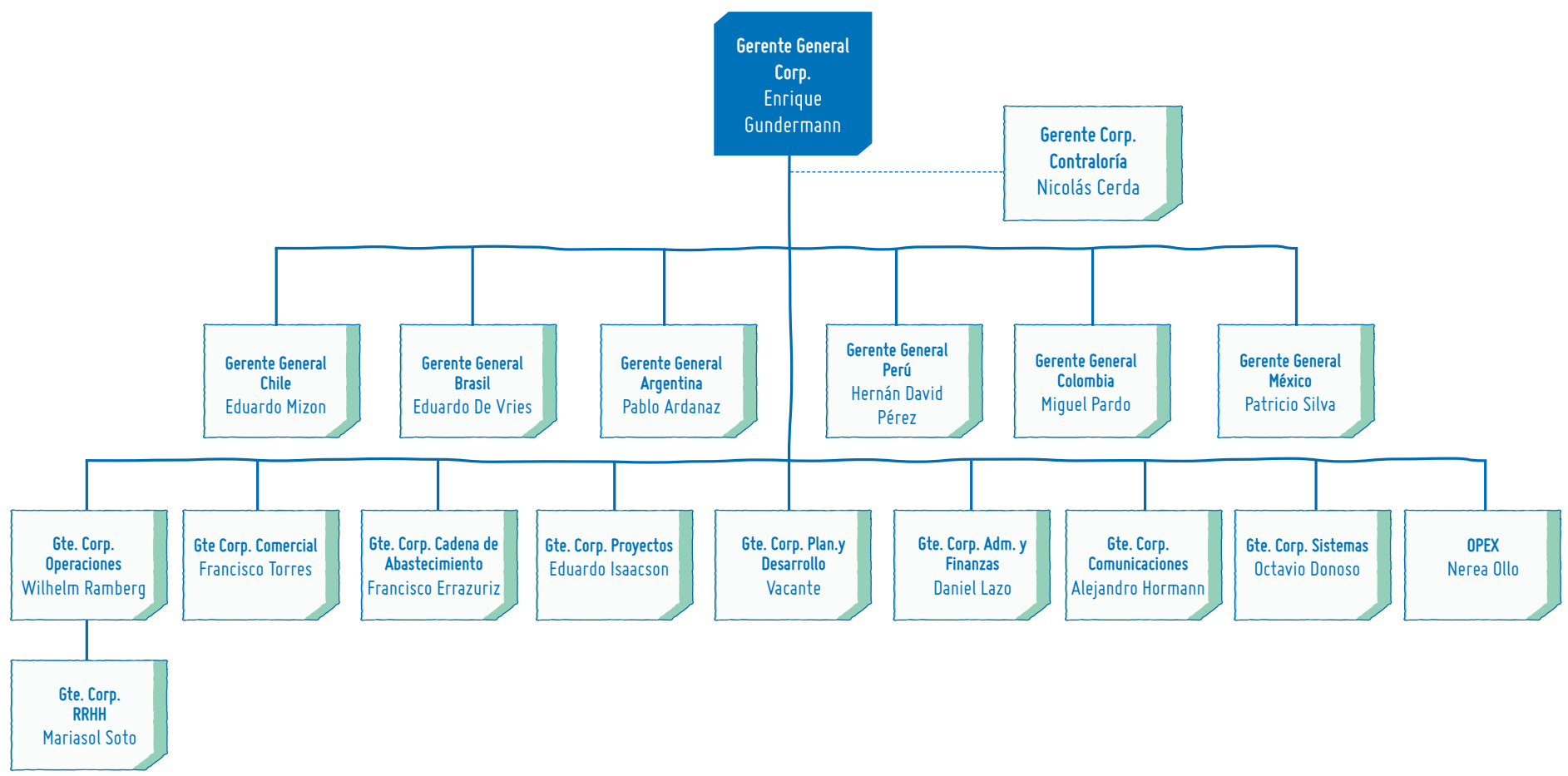
(GRI 102-18)

La plana ejecutiva de Sodimac es encabezada por el Gerente General corporativo, a quien le reportan los Gerentes Generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Sodimac Perú y Sodimac México. Igualmente, lidera un comité ejecutivo corporativo, conformado por los gerentes corporativos de cada área, que se reúne semanalmente. Esta estructura permite una dirección del negocio ágil y eficiente en apoyo a la política de internacionalización de la empresa.

La misión del equipo y comité ejecutivo es lograr en todos los mercados un crecimiento responsable, aplicando las sinergias de una operación a escala internacional, pero respetando siempre la cultura y especificidades propias de cada país.

Revisan el contexto económico, ventas y principales indicadores a nivel, indicadores regionales y proyectos así como hacen seguimiento a hitos estratégicos.

Organigrama Corporativo Sodimac





Políticas de remuneración

(GRI 102-35)

Contamos con una política de remuneraciones establecida desde Sodimac Corporativo que se centra en dar las pautas de una estrategia de compensación que asegure el cumplimiento de los lineamientos estratégicos de la empresa, mantenga la competitividad en el mercado, genere equidad interna entre las empresas del grupo y logre atraer, motivar y retener el talento.

La estructura de compensación se construye en base a tres elementos:

- **El sueldo fijo:** que valora el capital humano, la experiencia, competencias requeridas para la posición bajo una metodología de valuación de puestos en base a puntos (IPE de Mercer) y utilizando bandas salariales que se agrupan por grado IPE.
- **El bono variable a corto plazo:** retribuido según el desempeño, resultados y contribución de indicadores clave para el negocio medidos en un periodo anual.
- **Incentivo variable a largo plazo:** incentivo por los resultados del negocio y la capacidad de creación de valor para la empresa en el largo plazo.

Cada año se realiza una revisión salarial acompañada de una revisión del desempeño obtenido, estableciéndose 3 motivos de incrementos salariales alineadas al reconocimiento de mérito por desempeño, promociones de posición y retención.

Cabe mencionar que en el año 2017, no hemos presentado ningún caso por despido arbitrario, y por ende, no hemos realizado algún pago por el concepto de indemnización por despido arbitrario. Sin embargo, es importante recalcar que Sodimac Perú es respetuosa de las normas laborales y ante un caso de despido arbitrario se procederá con el pago de la indemnización tal como se indica en el artículo 38 del D.S. No. 003-97-TR Texto único ordenado del Decreto Legislativo No. 728 Ley de productividad y competitividad laboral: “La indemnización por despido arbitrario es equivalente a una remuneración y media ordinaria mensual por cada año completo de servicios con un máximo de doce (12) remuneraciones. Las fracciones de año se abonan por dozavos y treintavos, según corresponda. Su abono procede superado el período de prueba. Reglamento: Arts. 31º, 55º, 56º y 74º”.

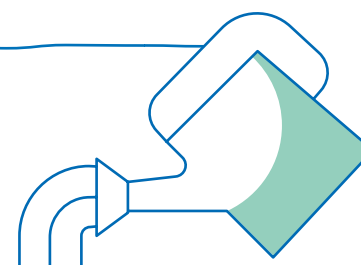


3.2 VALORES Y PRINCIPIOS

(GRI 102-16)

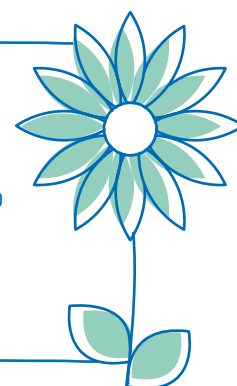
+ MISIÓN

Desarrollarnos 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.



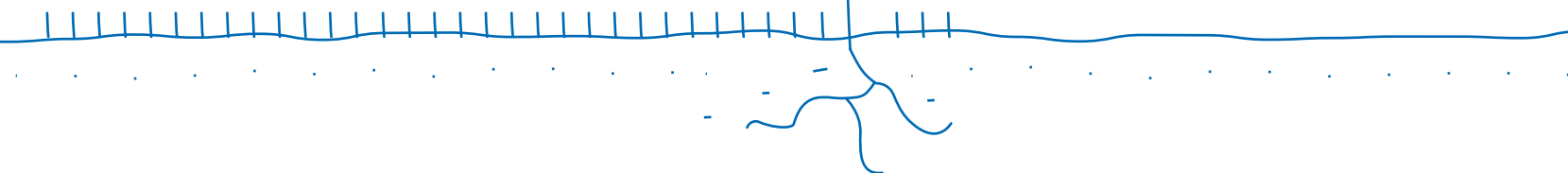
+ VISIÓN

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, clientes, trabajadores y proveedores en América.



+ PROPÓSITO

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.



+ NUESTROS VALORES

Reir, es costumbre en esta casa.



Compartimos prácticas ejemplares con nuestros grupos de interés, para lo cual los valores corporativos son esenciales y expresan el resumen de lo que somos, de lo que creemos y nos identifica, dando valor único a nuestras operaciones y ventajas competitivas que la hacen distinta. El respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad nos inspiran a mirar el futuro con optimismo y a lograr el propósito diario de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y de la comunidad.



R espeto:

Somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.

- Ponerte en el lugar del otro.
- Actitud buena onda.
- Trabajando en equipo.

E xcelencia:

Somos orientados al servicio, poniendo al cliente siempre en el centro, hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser cada vez mejores.

- Ponemos al cliente al centro.
- Honramos nuestros compromisos.
- Dando lo mejor de mí.

I ntegridad:

Somos honestos, transparentes y juntos, buscamos ser coherentes entre lo que decimos y hacemos.

- Liderando con el ejemplo.
- Siendo claros y transparentes.
- Asegurando coherencia entre lo que digo y hago.

R esponsabilidad:

Somos responsables en todas nuestras relaciones, haciéndonos cargo de todo lo que hacemos y los impactos que generamos en el presente y futuro.

- Valorando y disfrutando mi trabajo.
- Podemos decir que NO y ofrecemos alternativas.
- Tenemos sentido de urgencia.

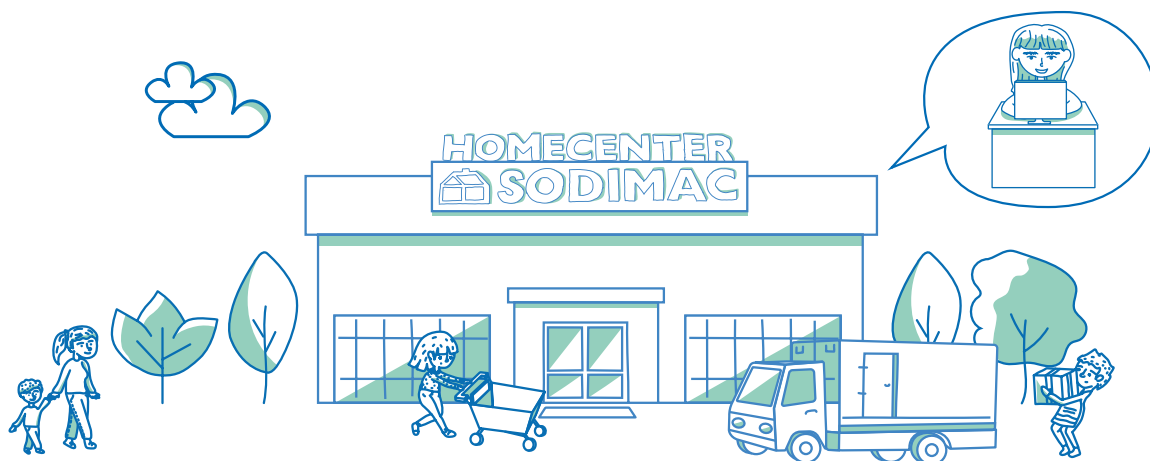
+ NUESTRA CULTURA

La cultura Sodimac es una forma de vivir, hacer y sentir, es lo que nos caracteriza: por eso somos alegres, creativos, líderes, constructores de sueños, auténticos, dinámicos, prácticos, diversos, comprometidos y solidarios. Construimos juntos, corremos riesgos, aprendemos de nuestros errores, creemos en nuestra gente y la reconocemos, actuamos con transparencia, nos encanta vender, nos hace felices, tenemos espíritu de servicio y estamos orgullosos de pertenecer a nuestra empresa.



Elementos culturales que nos caracterizan

- Todos nos llamamos asesores(as).
- Sentido de la familia.
- Nuestra cazadora⁴ es símbolo de identidad e integración.
- El desarrollo de las personas es la base.
- Política de puertas abiertas.
- ¡Nuestro grito es el ritual que nos da fuerza!.



⁴ Cazadora: Delantal, mandil.



+ NUESTRO RELATO CORPORATIVO



Todos somos parte del Grupo Falabella cuya inspiración es el servicio. Estamos orgullosos de ser una empresa diversa, de vocación global donde nuestras diferencias y múltiples estilos culturales se constituyen en un verdadero aporte para alcanzar nuestro propósito.

Somos una empresa **dedicada al mejoramiento del hogar**, hemos crecido y contamos con distintas empresas que conforman nuestra identidad. Hoy somos **Sodimac, Maestro, Dicico, Imperial, Homy, Constructor, Homecenter, Construdecor** y juntos tenemos una gran historia, que seguirá sumando y creciendo en personas y países, con un fuerte sentido de colaboración.

JUNTOS CONSTRUIMOS

SUEÑOS Y PROYECTOS DE HOGAR

¡Hagámoslo!

Hoy **nuestro desafío es mirar al futuro** y entender como seguir aportando a nuestros clientes y comunidades a mejorar su calidad de vida a través del hogar. Tenemos que estar abiertos y ser capaces de adaptarnos a las nuevas necesidades de los distintos estilos de vida, debemos innovar y sobre todo colaborar.

Nuestra mirada de éxito está en crecer, ser rentable y al mismo tiempo lograr ser la empresa más querida, admirada y respetada por nuestros(as) asesores(as), proveedores, clientes y comunidades. Sabemos que el cariño sólo se logra cuando vivimos el **REIR**: este es nuestro sello, una actitud simple y profunda para vivir el trabajo nuestras relaciones, basadas en el Respeto, haciendo las cosas con Excelencia, actuando siempre de manera íntegra y siendo Responsables de nuestros impactos.

Entendemos **el valor que tiene la CASA para la calidad de vida de las personas**. Eso es lo que le da sentido y trascendencia a nuestro trabajo: mejorar hogares, barrios, comunidades, ciudades y la sociedad en general. Juntos cuidamos la casa de todos.

Somos nosotros, los(as) asesores(as), los que hacemos esto posible. **Vivamos todos los días nuestro propósito.**



3.3 ÉTICA

(GRI 102-16)

Código de ética

Nuestro Código de Ética establece principios generales que conducen las actividades desarrolladas por Sodimac Perú y por cada una de las personas que allí laboramos. Constituye un instrumento orientador y facilitador de nuestro actuar, que entrega un marco referencial vinculado tanto a los valores promulgados por la empresa, como a su Visión y Misión.

El Código reúne un conjunto de normas que debemos aplicar en el trabajo, otorgándoles sello y estilo propios a nuestra forma de relacionarnos y de concebir y hacer negocios. Por ello, estas normas se aplican a todos los que formamos parte de Sodimac Perú, sin excepción alguna.

Efectuamos negocios y nos relacionamos con terceros basados siempre en el cumplimiento de las leyes y de las normas éticas. Recurriendo a las orientaciones que tiene este Código y aplicándolo en toda circunstancia, tendremos el mejor fundamento para construir una empresa cada vez más respetuosa de los derechos de cada uno, quienes, conscientes de nuestros deberes, seremos efectivos y otorgaremos armonía y satisfacción a nuestro equipo.

Derechos humanos

(GRI 412-evaluación de los derechos humanos)

Nuestra empresa respeta, cumple y promueve los derechos humanos en cada una de las actividades realizadas y transmite esta cultura a toda la cadena de valor. Nos acogemos a las normas y principios de nuestro país, así como a la Declaración Universal de Derechos Humanos y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Del mismo modo, seguimos las recomendaciones para empresas emitidas en el Marco de Naciones Unidas y los principios rectores sobre las empresas y los DDHH, establecido en nuestro compromiso frente los derechos humanos.

Durante el 2017 renovamos nuestro compromiso con la ética y la transparencia, y desde este año contamos con portales de atención a consultas y reclamos sobre estos temas, diferenciados por marca, ambos denominados EticaAcción, los cuales son administrados por la Consultora internacional KPMG.

Compromisos 2018

- Establecer un proceso de definición de los impactos positivos y negativos, reales y potenciales para cada uno de los grupos de interés con los que interactuamos y definir las acciones de prevención, mitigación y solución frente a la posible vulneración a los derechos humanos y definición de los indicadores de medición y planes de acción para su mitigación.



Sistema de Integridad

(GRI 412-evaluación de los derechos humanos)

Recursos físicos:

Línea ética: “EticaAcción”

Es un canal de comunicación anónimo y estrictamente confidencial con el fin de reportar posibles conductas irregulares dentro de la empresa. A partir del mes de mayo del año 2017, decidimos tercerizar la recepción de denuncias de fraude y conducta irregular a través de la empresa KPMG.

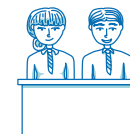
Cabe indicar que es posible que nuestras asesoras, asesores y proveedores puedan denunciar o hacer consultas a través de la línea ética.

Uno de los más importantes beneficios de haber renovado nuestro sistema de denuncias, es que hoy contamos con más canales para poder transmitir consultas, dudas, sugerencias y/o denuncias. Del mismo modo este canal lo pueden emplear nuestros asesores(as) y proveedores.



Los canales son los siguientes:

- Presencial: instalaciones de KPMG (Av. Javier Prado Oeste 203, San Isidro, Lima).
- Correo postal a KPMG con una consulta/denuncia especificando la marca.
- E-mail: eticaaccionSodimac@kpmg.com.ar
- Website: <https://eticaaccionSodimac.lineaseticas.com>
- Via Telefonica: Sodimac: 080000740



A través de esta práctica aseguramos un ambiente de trabajo con respeto, excelencia, integridad y responsabilidad para nuestros asesores (as), proveedores y clientes. Y para fortalecer nuestro nuevo canal, se lanzó la campaña “Yo Juego Limpio” que busca como objetivo poder trabajar el tema de anticorrupción y transparencia.

Fortalezas:

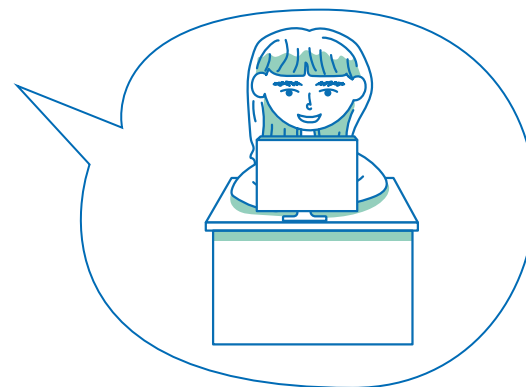
- Canales de consulta o denuncia (presencial, página web, correo electrónico, correo postal y teléfono).
- Administrado por KPMG, consultora internacional, que recibe y transmite las denuncias.
- Sistema de reporte clasificado por tipo de casos.
 - Reporte mensual (casos graves en 48 horas).
- Disponible las 24 horas.

Categorías de las denuncias:

Fraude económico, adulteración o mal uso de información, acoso, malos tratos, actos de corrupción, conflictos de interés, actos contra la libre competencia, descuido o utilización inapropiada de bienes, robo o hurto, mal desempeño de empleados, entre otros.

Recursos humanos:

Nuestro Sistema de Integridad asegura formalmente una adecuada investigación, su registro y la información de sus resultados. Además se garantiza la confidencialidad, la investigación y una adecuada solución.



Proceso de consulta y denuncia

(GRI 102-17) (GRI 406-1)

Toda denuncia o consulta realizada es recibida por la empresa KPMG, quien envía la denuncia al Gerente Corporativo Legal del Grupo Falabella. Éste notifica al Comité de Integridad de Sodimac Perú S.A. a fin de iniciar el proceso de levantamiento de información y resolución requerido.

Comité de integridad de Sodimac Perú

Está conformado por el Gerente Legal, el Gerente de Recursos Humanos y Sostenibilidad, el Gerente de Auditoría, el Gerente General y el Gerente de Operaciones.

Entre sus funciones está revisar de manera semestral los reportes de integridad confeccionado por KPMG. Los datos recopilados serán utilizados con absoluta reserva por el Comité de Integridad. La información recopilada se utiliza para generar las políticas de integridad de Sodimac Perú y sugerir los temas en los que se requiera capacitar a nuestros asesores(as).

Consejo intermedio de integridad

Este Consejo está compuesto por los Gerentes Regionales de Operaciones, Sub Gerentes regionales de Recursos Humanos y Jefes(as) Distritales de Recursos Humanos, quienes investigan las denuncias que les entregue el Comité de Integridad. Los casos que no requieran investigación se resolverán en la instancia previa, por el Comité de Integridad.

Comunicación

Internamente, el proceso de consulta y denuncia es difundido a través del boletín electrónico, trípticos (orientando sobre el uso de la plataforma web), tarjetas, afiches.

Externamente, contamos con información en la página web de Sodimac Perú y en los contratos con proveedores (Manual de transparencia comercial).

Denuncias recibidas en el 2017⁵

(GRI 102-17) (GRI 406-1)

Durante el 2017, se registraron 19 denuncias en la plataforma Eticacción, clasificándolas de la siguiente manera:

NÚMERO DE INGRESOS A LA PLATAFORMA

Número de denuncias	19	Número de denuncias atendidas	19
Número de consultas	0	Número de consultas atendidas	0
Número de denuncias y consultas en proceso	0	-	-

TIPO DE DENUNCIA

(CLASIFICADA POR EL DENUNCIANTE)	NÚMERO	ACCIONES TOMADAS
Utilización inapropiada de bienes/servicios	1	• Denuncia recategorizada por el Comité de Integridad como malos tratos/clima laboral.
Fraude económico	2 ¹	• El caso fue investigado, dando como resultado que se trató de una denuncia infundada. Se realizó un refuerzo de los procedimientos.
Clima laboral.	9	• Incluye discriminación: 2 casos por condición racial y por embarazo, los que se investigaron y se encontraron infundados. • Implementación de nuevo programa de beneficios, evaluación salarial y renovación del voluntariado. • Reuniones de confianza. • Talleres de gestión del clima laboral, refuerzo de la nueva línea de escucha Confía y el canal Eticacción • Lanzamiento del programa EDIPVI. • Capacitación a Jefes(as) de Recursos Humanos de las tiendas en temas de equidad y diversidad.

¹Denuncia registrada por duplicado.

⁵Fuente: KPMG.

TIPO DE DENUNCIA

(CLASIFICADA POR EL DENUNCIANTE)

NÚMERO

ACCIONES TOMADAS

Acoso verbal o físico	5	• Cuatro denuncias recategorizadas por el Comité de Integridad como Clima laboral. • Una denuncia comprobada que concluyó con desvinculación del asesor/a. • Refuerzo de capacitación de Política de hostigamiento sexual y Código de ética para todos los líderes. • Difusión de canal denuncias.
Actos contra la libre competencia	1	• Denuncia recategorizada por el Comité de Integridad como malos tratos/clima laboral. • Capacitación a los líderes y asesores(as) de áreas de riesgo. • Formalización de compromiso de transparencia.
Otros	1	• Denuncia recategorizada por el Comité de Integridad como malos tratos/clima laboral.
Total	19	

A partir de las denuncias recibidas, establecimos en nuestra estrategia de recursos humanos 2017:

- El lanzamiento de nuevo programa de beneficios, con 4 dimensiones: calidad de vida, ahorro, unidos y progreso, con el propósito de mantener y mejorar la calidad de vida de todos nuestros asesores(as), incorporando más tiempo libre, horario flexible, más horas de licencia pre y post para papas y mamás y renovación del programa de capacitación.
- Renovación de Eticacción y canal de denuncias.
- Primera evaluación de sueldos.
- Renovación del voluntariado.
- Lanzamiento del programa confía, línea de apoyo psicológico y asesoría legal para nuestros asesores y asesoras, así como para la familia.



3.4 ANTICORRUPCIÓN

(GRI 205-anticorrupcion) (GRI 415 Política pública) (GRI 415-1)

(GRI 205-1) (GRI 205-2) (GRI 205-3)

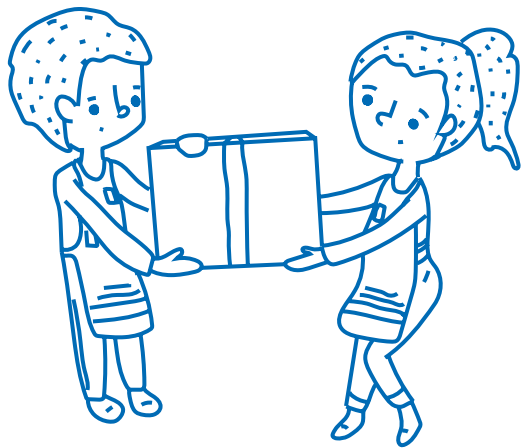
En Sodimac Perú tenemos tolerancia cero a cualquier acto de corrupción. Velamos por la transparencia en nuestros procesos, y buscamos operar siempre bajo normas de ética y transacciones transparentes, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común, y al desarrollo sostenible.

Para fortalecer y dar a conocer nuestras políticas de anticorrupción cada año desarrollamos campañas para promover las buenas prácticas, así mismo fortalecemos nuestra comunicación a través del **Código de ética** y los reglamentos de la empresa para todos nuestros(as) asesores(as). Contamos con un área legal que nos asesora y brinda información para prevenir y comunicar oportunamente normas, así como soporte en caso se presenten casos de corrupción.

Nuestro **Código de ética, Reglamento interno de trabajo y Política anticorrupción** promueven el compromiso de nuestros asesores(as) en la lucha contra la corrupción. Asimismo, declaramos públicamente nuestro apoyo a la Lucha contra la Corrupción en marcos legales, internacionales y regionales, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

De igual forma, a partir del año 2018 contaremos con un Modelo de prevención del delito, un Oficial de prevención del delito, una matriz de riesgos y capacitaciones sobre la política de antisoborno de la empresa.

Por otro lado, con el fin de garantizar transparencia en el proceso para realizar donaciones, nos regimos por la Política de donaciones de la empresa.



Compromisos 2018

- Implementar el modelo de prevención del delito.
- Capacitación al personal sobre el nuevo modelo.

Colaboramos con las solicitudes legítimas que realizan las autoridades con transparencia, integridad, eficiencia y cortesía cumpliendo siempre con la legislación nacional e internacional.

En ningún caso ofrecemos, prometemos, damos o consentimos dar objetos de valor, beneficios o dinero a un funcionario público en Perú o en el extranjero.

No financiamos ningún tipo de campaña política.

La matriz de riesgos ha establecido las áreas de riesgo y los controles necesarios. Dichas áreas son Operaciones, Comercial, Logística y Recursos Humanos, las cuales constituyen el 44,4% de las áreas de la empresa.

Durante el año 2017, el principal riesgo identificado fue la falta de capacitación del personal en estos temas, de ahí que se inició la campaña de difusión y capacitación Yo juego limpio, la cual continuará durante el 2018.

En el año 2017 se realizaron 10 capacitaciones a nivel nacional en los temas de Conflicto de interés, anticorrupción y libre competencia. Se capacitó a un total de 586 asesores/as que representan 9.8% del total de asesores/as de Sodimac Perú. Se priorizaron las áreas de mayor riesgo; las capacitaciones continuarán durante el 2018.

Nuestros contratos con los proveedores contienen una cláusula de prevención del delito, así como la obligación de comunicar posibles conflictos de interés y la entrega del Manual de transparencia comercial. En el 2017, se comunicó estos temas a 300 proveedores.

En el año 2017, no se identificaron casos de corrupción.

3.5 COMPETENCIA DESLEAL

(GRI-206-competencia desleal) (GRI 206-1)

Sodimac Perú tiene compromiso de cumplimiento y cuidado de la libre competencia. Cuenta con directrices desde el más alto nivel y políticas formales y explícitas.

Competimos de manera equitativa, justa y transparente. Contamos con el Código de conducta, el Reglamento interno de trabajo y la Política de transparencia comercial, que posibilita que los(as) asesores(as) guíen su comportamiento y eviten contingencias. Ésta se encuentra disponible en la página web de Sodimac Perú y en la intranet de la empresa.

Además, a través de nuestro canal ÉticaAcción, los(as) asesores(as) y proveedores pueden reportar casos de actos contra la libre competencia.

Nuestra actitud está inspirada en la lealtad y el respeto que les tenemos a nuestros competidores. Por lo anterior, no estamos de acuerdo ni utilizamos métodos que impiden, restrinjan o entorpezcan la libre competencia o constituyan actos de competencia desleal.

Para garantizar la libre competencia, como asesores(as), aseguramos a competidores y clientes que no es nuestro ánimo participar directa o indirectamente en ningún hecho que pueda impedir,

restringir o entorpecer la libre competencia, como llegar a acuerdos de fijación de precios, abusar de una eventual posición dominante o realizar prácticas predatorias. Asimismo, rechazamos toda conducta que persiga desviar clientela de un agente del mercado.

Compromisos 2018

- Continuar capacitando en el tema

Durante el año 2017, no se tuvieron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

3.6 CUMPLIMIENTO REGULATORIO

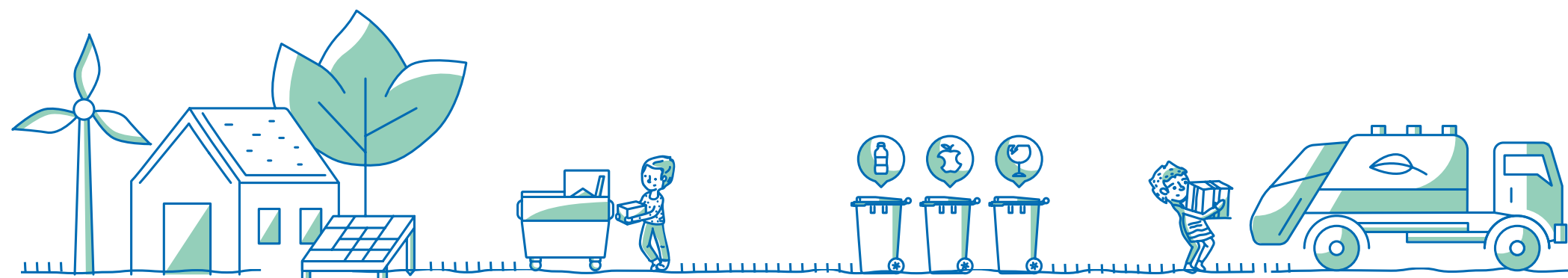
(GRI 307-cumplimiento regulatorio ambiental)(GRI 419-cumplimiento regulatorio socioeconómico) (GRI 307-1) (GRI 419-1)

Respetamos y cumplimos la normativa legal vigente, tanto en temas ambientales como socio-económicos.

En lo que se refiere a la protección del medio ambiente, desde el proceso de intervención en una localidad nueva (apertura de tiendas), hasta implementaciones o remodelaciones de espacios. Para ello, el área de proyectos y arquitectura se encarga de medir y gestionar que los contratistas cumplan de igual forma las leyes ambientales y se respeten las políticas por medio de estudios de impacto ambiental.

El área legal realiza el seguimiento del cumplimiento legal y el monitoreo de las nuevas normas. Tanto el seguimiento como el monitoreo se comunican en las reuniones del Comité ejecutivo y Comité de riesgo y cumplimiento.

Durante el año 2017, no hemos tenido casos de **incumplimiento de la legislación y normativa ambiental social o económica.**





4 NUESTROS ASESORES Y ASESORAS





Objetivo de Desarrollo Sostenible vinculado:



generamos empleabilidad, trabajo formal

Las actividades de limpieza y vigilancia física son los únicos servicios contratados bajo la modalidad de tercerización, por lo que son tratados como proveedores de servicios.

4.1 DIMENSIONES

(GRI 102-8)

ASESORES Y ASESORAS POR TIPO DE CONTRATO Y SEXO				
TIPO DE CONTRATO	2016		2017	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Indefinido	2,933	1,572	2,931	1,652
Plazo fijo	447	635	619	755
TOTAL GENERAL	3,380	2,207	3,550	2,407

ASESORES Y ASESORAS POR TIPO DE JORNADA Y POR SEXO.						
CONTRATO LABORAL	2016			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Jornada completa	2,981	1,608	4,589	2,943	1,660	4,603
Jornada parcial	399	599	998	607	747	1,354
TOTAL GENERAL	3,380	2,207	5,587	3,550	2,407	5,957

ASESORES Y ASESORAS POR CATEGORÍA LABORAL Y POR SEXO						
CARGO	2016			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Administrativos	308	288	596	330	302	330
Alta gerencia	6	1	7	8	2	8
Gerencias medias	55	16	71	55	15	55
Mandos intermedios	337	235	572	347	240	347
Operaciones	1,419	919	2,338	1,428	915	1,428
Vendedores	1,255	748	2,003	1,382	933	1,382
TOTAL GENERAL	3,380	2,207	5,587	3,550	2,407	5,957

ASESORES Y ASESORAS POR REGIÓN Y POR SEXO						
ZONA	2016			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Lima y callao	2,061	1,465	3,526	2,240	1,635	3,875
Centro	138	85	223	143	80	223
Norte	881	439	1,320	886	468	1,354
Sur	300	218	518	281	224	505
TOTAL GENERAL	3,380	2,207	5,587	3,550	2,407	5,957





4.2 PRESENCIA EN EL MERCADO

(GRI 202-presencia en el mercado) (GRI 202-1) (GRI 202-2)

Sodimac Perú apuesta por atraer al mejor talento del mercado: candidatos comprometidos con los resultados y la empresa, con espíritu emprendedor, alto sentido de responsabilidad y capacidad para brindar un servicio de excelencia a nuestros clientes. Además, como requisito primordial con el cual evaluamos a potenciales integrantes de nuestra familia, la adaptación a nuestros valores: Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad.

Como empresa entendemos la importancia de estar alineados y de sumar personas que caminen hacia esa misma dirección. Es por ello que en el proceso de reclutamiento y selección, buscamos en los nuevos y/o potenciales asesores(as), personas capaces de adaptarse a nuestra cultura organizacional.

Es importante para nosotros, asegurarnos que los candidatos vivan en zonas aledañas a las tiendas que postulan, esto permitirá que tengan un mayor equilibrio vida — trabajo. El 90% de nuestros asesores y asesoras de tienda, viven en zonas cercanas a las tiendas.

Contamos con una Política de reclutamiento y atracción del talento, con un enfoque de diversidad (generacional, género, discapacidad, LGTB+, creencias), la cual tiene como objetivo cubrir las vacantes que se generan en la empresa a través de un proceso objetivo, transparente y estructurado que logre seleccionar a los postulantes externos que posean el perfil requerido para cubrir dichas vacantes.

Nuestros canales de búsqueda van desde bolsas de empleo virtuales, programa de referidos, convenios con instituciones, entre otros; los cuales permiten atraer candidatos potenciales. Sin embargo, creemos en que el éxito del proceso se basa en la participación de líderes quienes conocen el perfil que la organización necesita para dar el mejor servicio a nuestros clientes, por este motivo una de las estrategias clave para ubicar al talento correcto, es el involucramiento del Jefe(a) en el proceso de selección. Por ello, en el mes de Junio del 2017, lanzamos un nuevo procedimiento del proceso de selección, logrando capacitar a 57 Jefes(as) de Recursos Humanos de cada una de nuestras tiendas. En esta capacitación se les entregó un kit de selección, el cual promueve el trabajo estandarizado, la virtualización del proceso donde los postulantes dan sus exámenes online y enfocado a cumplir nuestro objetivo: atraer al mejor talento.

Para evaluar nuestra gestión de reclutamiento, contamos con los siguientes indicadores:

- Tiempos de cobertura.
- N° de ingresos vs N° de candidatos.
- N° de convenios.

Programa “*Trabajando junto a ti*”

El programa “**Trabajando junto a ti**”, implementando en el año 2016, promueve la participación de personas con discapacidad en los procesos de selección. Estas discapacidades pueden ser: discapacidad visual monocular, discapacidad auditiva parcial, personas de talla pequeña, discapacidad ambulatoria limitada, segmento corporal amputado, personas con capacidad limitada para la comunicación oral y persona con capacidad de manipulación limitada.

Para ello se han entablado alianzas con la Bolsa de trabajo de Personas con Discapacidad del Ministerio de Trabajo, OMAPED en Lima y Provincia, Instituto Nacional de Rehabilitación (INR), CONADIS, Centro especializado de Rehabilitación profesional (CERP) en Lima y Provincia, Asociación de personas pequeñas del Perú (ASPEPP), entre otras instituciones que fomentan al igual que Sodimac Perú la inclusión de personas con discapacidad al mundo laboral.

Nuestro proceso de selección para personas con discapacidad se realiza como un proceso regular en Tiendas y Oficina de apoyo. Sin embargo, se ha realizado un ajuste razonable en la selección abriendo convocatoria a postulantes con primaria completa, lo cual implica un escenario diferente a lo que regularmente exige la empresa.

Y con la finalidad de hacer extensivo el programa en todas las provincias, cada Jefe(a) de Recursos Humanos de las 26 tiendas, realiza procesos de selección descentralizados en la semana.

Programa “*Espíritu joven*”

Tiene como objetivo brindar oportunidades laborales para adultos mayores. En nuestra experiencia, podemos afirmar que nuestros maestros jubilados demuestran un alto compromiso con su trabajo y se esfuerzan por alcanzar un desempeño sobresaliente. Creemos en la experiencia y conocimiento de estas personas, a quienes respetamos y valoramos por su aporte.

Bolsas de empleo virtuales

Hemos optado por realizar reclutamiento *online*, haciendo publicaciones en diversas páginas web como: Bumeran, Computrabajo, *LinkedIn* y páginas de diversas universidades, donde podemos publicar convocatorias en Lima y Provincias y participando en diferentes ferias *online*, lugares donde las nuevas generaciones de jóvenes buscan activamente empleo. Por cada convocatoria publicada, recibimos aproximadamente 200 postulaciones de mujeres y varones.

Programa de referidos “*Recluta y gana*”

Este programa tiene como objetivo ampliar los canales de reclutamiento interno y fomentar la participación de nuestros asesores(as) en la búsqueda y selección del mejor talento, para cubrir las vacantes en tiendas. Está dirigido a todos los Asesores que integran las Tiendas Sodimac Perú a nivel nacional.

El “**Recluta y Gana**” permite que los asesores(as) refieran a sus familiares, amigos o conocidos y en caso este referido se quede más de 4 meses laborando con nosotros, el asesor(a) podrá ganar premios. En la mayoría de los casos, los contratados cuentan con referencias del negocio y postulan por los buenos comentarios recibidos.

Convenios con instituciones

Hemos realizado 50 convenios con diferentes instituciones educativas y con 17 municipalidades, que nos permite convocar a personas que están terminando carreras técnicas y desean trabajar en empresas sólidas y de prestigio.

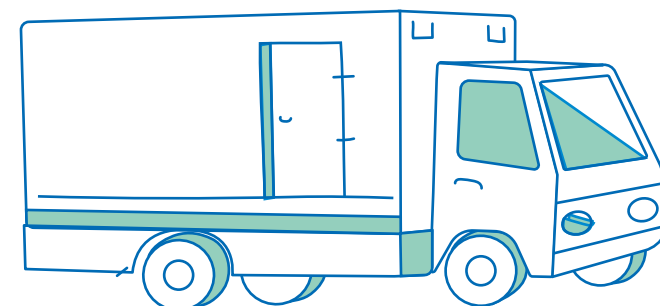
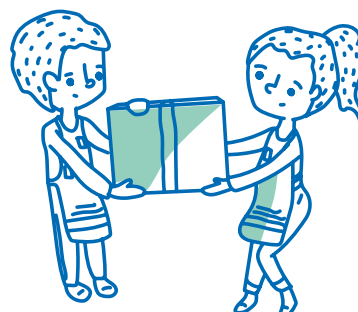
Asimismo, hemos realizado convenios con el Ministerio de Trabajo bajo el programa “Impulsa”, programa que desarrolla acciones para promover el empleo, mejorar las competencias laborales e incrementar los niveles de empleabilidad del país.

Buzón de CV (*Curriculum Vitae*)

Contamos con un buzón de CV al ingreso de cada una de las tiendas, que invita de una manera muy cálida a formar parte del equipo de Sodimac Perú a nuestros clientes.

Reingresos

Con el objetivo de ampliar nuestras fuentes de reclutamiento, hemos incluido en nuestra Política de reclutamiento y selección, una sección de evaluación de reingresos. Muchos de nuestros ex asesores(as) desean retornar a casa, por lo que evaluamos cada caso de forma particular: tiempo que trabajaron en Sodimac Perú, evaluación de desempeño obtenido en el tiempo de trabajo en la empresa y solicitamos retroalimentación del Jefe(a) inmediato, Gerente de Tienda y Jefe(a) de Recursos Humanos.





Compromisos 2018

- Continuar promoviendo el programa Trabajando junto a ti, para completar la dotación del 3% de personal con discapacidad establecido por la ley.
- Continuar promoviendo el programa Espíritu Joven.
- Implementar en nuestra política, que se considere en la terna de selección de procesos de Oficina de Apoyo, por lo menos una mujer.

RATIO DEL SALARIO INICIAL ESTÁNDAR POR SEXO FRENTE AL SALARIO MÍNIMO LEGAL

CATEGORÍA LABORAL	MASCULINO	FEMENINO	Hombres / mujeres 2017
	Ratio (%)	Ratio (%)	
Administrativos	1.06	1.18	0.90
Gerencias medias	12.94	12.94	1.00
Mandos intermedios	2.00	2.12	0.94
Operaciones	1.03	1.03	1.00
Vendedores	1.03	1.03	1.00

Nuestros altos directivos pertenecen a las categorías de alta gerencia y gerencias medias. La alta gerencia se encuentra ubicada en Lima y consta de 8 gerentes, todos de nacionalidad peruana; dentro de las gerencias medias, integradas por 55 asesores/as, se cuenta con los gerentes de tienda, de los cuales 5 pertenecen a la comunidad local donde desarrollan sus actividades, siendo el 9% de dicha categoría laboral.

4.3 EMPLEO

(GRI 401 - empleo) (GRI 401-1) (GRI 401-2)

En Sodimac Perú es fundamental ser capaces de retener al personal considerado clave por su desempeño. Creemos que un asesor motivado y correctamente alineado es un poderoso aliado y, de la misma manera, sabemos que la empresa crece y se desarrolla, a la medida que cada asesor (ra) crezca y se desarrolle de manera personal.

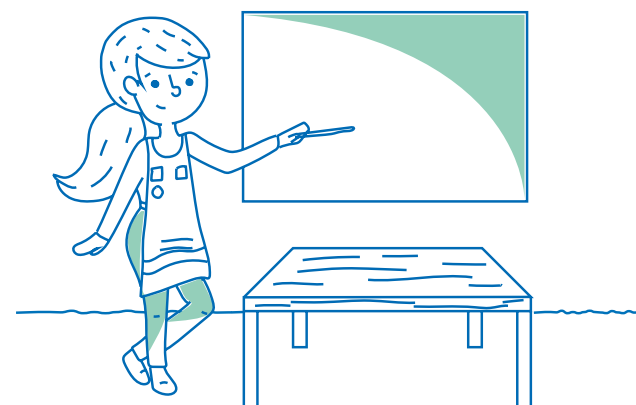
Teniendo esto en cuenta, desarrollamos prácticas y programas enfocados en satisfacer estas dos necesidades: la motivación y el crecimiento de cada asesor y asesora de Sodimac Perú.

Concursos internos

Porque creemos en el talento de nuestra gente contamos con un sistema estructurado de concursos internos, proceso eficiente y cómodo con el cual buscamos priorizar el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros asesores(as), dándoles la oportunidad de postular a las vacantes que se generan y logrando que desarrollen una línea de carrera dentro la empresa, antes de buscar cubrir-las con un postulante externo. El portal *online* nos ha permitido que este proceso sea más eficiente, pues las evaluaciones de los postulantes internos se da en la misma tienda en la que se encuentra, con lo cual evitamos que tengan que trasladarse a la oficina para rendir las evaluaciones, ahorrando tiempo tanto del asesor(ra) postulante como de los evaluadores, logrando con esto que el asesor(ra) esté la mayor cantidad de tiempo posible cumpliendo las funciones de su puesto actual y no se vea afectada su labor y la productividad de la empresa en general.

Las entrevistas las realizamos en conjunto el equipo de selección y el cliente interno, con ello podemos observar la dinámica entre el candidato y el que será su jefe(a), permitiéndonos realizar una entrevista por competencias y a la vez poder realizar preguntas más técnicas para el puesto buscado.

Muchos de los concursos internos son lanzados tanto a Sodimac Perú y a Maestro a la vez, siendo esto una gran fuente de oportunidades de postulación para nuestros asesores(as) para poder ascender y alcanzar el desarrollo profesional tan ansiado por muchas personas, logrando compartir la experiencia y formación entre marcas.

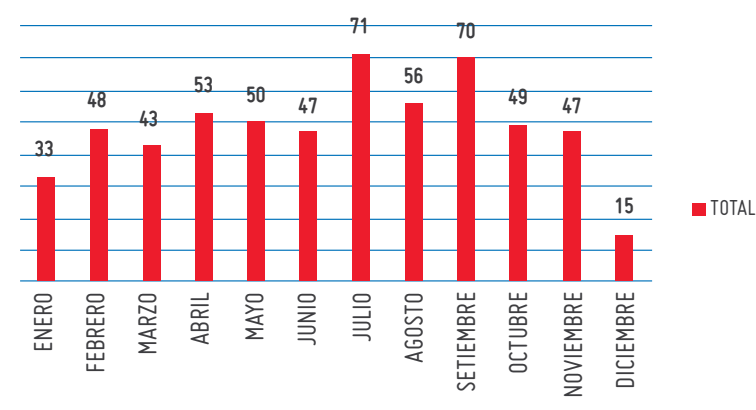


Concurso interno a nivel corporativo

Por ser parte de la familia Falabella, los(as) asesores(as) de la Oficina de Apoyo y Tienda tienen la posibilidad de postular a las diferentes vacantes que se presentan en las diferentes empresas del grupo, ya sea a nivel nacional o en los países de la región. El área de selección es responsable de difundir el comunicado y en algunos casos, de recibir los CVs para las postulaciones, generando así mayores oportunidades de crecimiento a nuestros asesores(as).

En el 2017 tuvimos 582 movimientos internos, en ambas marcas.

MOVIMIENTOS INTERNOS POR CONCURSOS INTERNOS



NÚMERO TOTAL Y TASA DE ROTACIÓN POR GRUPO ETARIO, SEXO Y REGIÓN

REGIÓN	SEXO	CESES			ROTACIÓN 2017		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y callao	M	952	337	27	89.39%	34.42%	16.65%
Lima y callao	F	569	211	10	71.07%	31.11%	14.80%
Zona centro	M	55	12	1	67.52%	22.70%	16.67%
Zona centro	F	31	9		63.59%	22.99%	0.00%
Zona norte	M	245	83	1	47.70%	20.52%	5.00%
Zona norte	F	109	34	1	39.37%	19.29%	12.50%
Zona sur	M	91	43	4	51.57%	31.01%	15.38%
Zona sur	F	62	15	1	59.27%	10.20%	16.67%

NÚMERO TOTAL Y TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES POR GRUPO ETARIO, SEXO Y REGIÓN

REGIÓN	SEXO	INGRESOS			ÍNDICE DE CONTRATACIÓN 2017		
		Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años
Lima y callao	M	1,078	278	40	94.07%	29.68%	21.91%
Lima y callao	F	697	200	17	84.48%	28.43%	23.34%
Zona centro	M	50	7		62.83%	12.32%	0.00%
Zona centro	F	27	6		48.14%	24.16%	0.00%
Zona norte	M	268	41	3	52.34%	11.03%	17.48%
Zona norte	F	132	36		45.61%	22.05%	0.00%
Zona sur	M	87	21		53.16%	18.71%	0.00%
Zona sur	F	63	19	1	61.56%	16.72%	13.04%



PLAN DE BENEFICIOS JUNTOS



Plan de beneficios “Juntos”

En el 2017, se lanzó nuestro nuevo Plan de Beneficios “JUNTOS”, el cual consta de **cuatro dimensiones: Calidad de Vida, Ahorro, Unidos y Progreso**; con la finalidad de abordar de manera integral todos los ámbitos de desarrollo de nuestros asesores y asesoras. Los beneficios se aplican al personal de jornada completa y media jornada.

PRIMERA DIMENSIÓN “Calidad de vida”:

Es la primera dimensión de nuestro nuevo Plan de Beneficios que recopila todo lo que dábamos antes con beneficios nuevos y renovados con la finalidad de ver a todos nuestros asesores y asesoras siempre bien y con buena salud.

Dentro de la primera dimensión contamos con las siguientes sub dimensiones:

MÁS TIEMPO PARA TI:

- **CELEBRANDO MI MATRI:** Otorgamos días hábiles libres para que todos nuestros asesores y asesoras disfruten de ese día tan especial.
- **MI PRIMER DÍA EN EL COLE:** Beneficio dirigido a las asesoras y los asesores que tienen hijos de 5 ó 6 años que cursan el primer grado de primaria tendrán hasta horas para poder acompañar a sus hijos en el primer día de clases.
- **RECIBIENDO A MI BEBE:** Este beneficio es para todos los papis y mamis que tienen un nuevo bebé, cuentan con días libres para que disfruten de la empresa de esa pequeña o pequeño nuevo integrante de nuestra familia. Estos días son adicionales a los días que corresponden por ley. Los papás y mamás que adopten tendrán estos días adicionales a los que les corresponden por ley también.
- **ALIMENTO PARA MI BEBE:** Sabemos que la alimentación de los bebés durante su primer año es muy importante para su desarrollo. Por eso, una vez terminado el horario de lactancia (1 año del bebe) nosotros añadimos más semanas a los que corresponden por ley en su horario de lactancia.
- **TIEMPO LIBRE:** Todos los asesores y asesoras tendrán tiempo libre.





CUIDAMOS TU SALUD:



- **PROGRAMA CONFÍA:** Pensando en la salud emocional de nuestros asesores y la de sus familias, ponemos a disposición el programa de consejería psicológica y asesoría en derecho de familia CONFÍA. Gracias a este programa, nuestros asesores y asesoras podrán recibir asesoría psicológica y legal las 24 horas del día y los 365 días del año. Esta asesoría es por teléfono, *whatsapp*, correo electrónico, presencial en los consultorios, *in house* (programación de visitas). Se hace extensivo a familiares directos (padres, esposo(a), conviviente, hijos(as)) quienes también podrán beneficiarse con este programa.

Las especialidades se detallan a continuación:

CONSULTAS PSICOLOGIA:

- Psicología infantil
- Psicología del adolescente
- Psicología del adulto
- Psicología familiar
- Psico-oncología
- Psicología en pacientes crónicos
- Psicología de urgencias: Accidentes-enfermedades, duelos

CONSULTAS DERECHO DE FAMILIA:

- Divorcio
- Separaciones patriapotestad
- Régimen de visitas
- Filiación
- Extramatrimonial alimentos

- **PROGRAMA "VIVE + SALUDABLE" (Nuevo):** Gracias a este programa nuestros asesores(as) podrán disfrutar y aprovechar una serie de actividades que les ayudarán a llevar un estilo de vida más saludable..

Aquí podrán participar de:

- **Orientación nutricional:** Boletín informativo Vive Re Bien: Accediendo a recomendaciones de salud
- **Actividades físicas:** pausas activas
- Actividades de relajación

- **DÍA SALUDABLE:** Disfrutamos de nuestras frutas saludables en nuestras sedes.

- **PREVENIR ES MEJOR:** Porque nos interesa ver a nuestros asesores y asesoras siempre sanos y saludables, les damos la posibilidad de acceder a nuestras campañas de prevención:

- Campaña de vacunación:
- Campaña descarte cáncer de mama:
- Prevención solar
- Gimnasia laboral:
- Reconocimiento y premiación a tiendas sin accidentes
Fomentamos una cultura preventiva y de buenas prácticas, con el objetivo de evitar accidentes laborales, a través de un premio para las tiendas que tengan mayor cumplimiento de días sin accidentes en tienda. Sodimac Perú reconocerá a aquellas tiendas que alcancen cero accidentes trimestral, semestral y anualmente.

- **PROGRAMA "CUIDANDO MI FAMILIA" (Nuevo):**

Guía mi primer bebe: A nuestras futuras mamás y papás primerizos, les brindamos periódicamente una guía de *tips* informativos y consejos para cada una de las etapas de la dulce espera.

Talleres para padres y madres: Estos talleres están dirigidos para todos los papis y mamis, los talleres son durante el año y los temas se comunicarán cada semestre para las inscripciones correspondientes, los temas a tratar están enfocados en:

- La importancia de la lactancia materna.
- La nutrición durante el embarazo
- El rol de los papás en el cuidado y crianza de los hijos.

- **PROGRAMA + SEGUROS:**

Plan Doctor: Contamos con un servicio médico ocupacional periódico en nuestras instalaciones, además de capacitaciones de respuesta ante emergencias. También contamos con monitoreo de higiene ocupacional en cada puesto de trabajo (ruido, iluminación, confort térmico), evaluaciones ergonómicas y psicosociales. Además, realizaremos diferentes campañas a lo largo del año





SEGUNDA DIMENSIÓN “Ahorro”:

En esta dimensión pensamos en el ahorro de nuestros asesores y asesoras

TU MUNDO FALABELLA:

Al pertenecer al Grupo Falabella, nuestros asesores y asesoras encontrarán grandes beneficios con las empresas del Grupo.

- **BENEFICIOS FINANCIEROS CON EL BANCO FALABELLA:**

Cuenta sueldo Banco Falabella: al contar con la Cuenta Sueldo BF más su Cuenta CTS, podrán acceder a una tasa preferencial.

Tarjeta CMR: Nuestros(as) asesores(es) podrán acceder a beneficios exclusivos y a descuentos en las demás empresas del Grupo Falabella. Estos beneficios son: tasa preferencial, exoneración del cobro por envío de estado de cuenta, seguro de desgravamen y membresía sin costo, siempre y cuando se firme la carta de autorización de descuentos en caso de morosidad.

- **EN VIAJES FALABELLA:** Podrán disfrutar de descuentos especiales en paquetes turísticos, boletos aéreos y terrestres, solo por pertenecer a nuestro equipo de Sodimac Perú.

- **DESCUENTOS EN TIENDAS POR DEPARTAMENTO:**

Descuentos en Saga Falabella, Tottus, Sodimac Maestro: contamos con descuentos especiales en las tiendas por departamento del Grupo Falabella por ser miembros del grupo y podrán acceder a los descuentos entre 5% a un 20%.

TU ECONOMÍA NOS IMPORTA

- **DE VUELTA A CLASES:** En el mes de febrero está disponible para nuestros asesores y asesoras con hijos en edad escolar, un adelanto de gratificación para poder apoyarlos con la compra de los útiles escolares.
- **DIVERSIÓN ASEGURADA:** Ahora tus hijos podrán aprovechar su tiempo libre al máximo, porque con nuestros convenios en diferentes instituciones, podrás inscribirlos en actividades recreativas que aporten a su desarrollo, con descuentos de hasta 10% sobre el precio normal.
- **TALENT CONSULTING:** Descuento corporativo por talleres y cursos de verano. Podrán acceder a este beneficio si es que los hijos de nuestros asesores tienen entre 3 y 17 años.
- **FUTURO MEJOR:** Para nosotros es importante que nuestros asesores y asesoras continúen estudiando y creciendo a nivel profesional. Por eso y gracias a nuestros convenios con diversas instituciones educativas, les brindamos descuentos especiales para que puedan culminar tus estudios pregrado o técnicos, seguir cursos de actualización, realizar cursos de especialización o post grado y potenciar tus conocimientos en el uso de herramientas de Office.
- **BONO DE COMPAÑÍA** En el momento difícil de la pérdida de un familiar directo (padres, cónyuge, conviviente e hijos), brindamos un bono.
- **BONO DE EXCELENCIA ACADÉMICA:** Por el excelente rendimiento académico en los estudios Universitarios o Técnicos afines a las labores que realizan nuestros asesores y asesoras en la empresa, los premiamos con un bono.





TERCERA DIMENSIÓN “Unidos”:

La vida está llena de recuerdos y momentos que se construyen día a día. Aquí lo tenemos presente y por eso no dejamos pasar las ocasiones para celebrar y disfrutar de una vida más feliz, tanto en casa como en el trabajo.

CELEBRAMOS EN FAMILIA

Al pertenecer al Grupo Falabella, nuestros asesores y asesoras encontraran grandes beneficios con las empresas del Grupo.

- **CHIKICAMINATA:** Nuestros engreídos y engreídas de la casa tendrán un día especial para visitar a su papá o mamá en su lugar de trabajo, conocer nuestros valores y vivir un momento especial.
- **DÍA DEL NIÑO(A):** En el mes de agosto celebramos este día, realizando actividades que nos ayuden a sacar la niña o el niño que llevamos dentro, asimismo a todos los padres y madres que tengan hijos o hijas hasta los 12 años de edad y que hayan sido declarados se les enviará un detalle.
- **DÍA DE LA FAMILIA, TALLER “MI FAMILIA, MI SOPORTE”:** La familia de nuestros asesores(as) es muy importante y por eso en setiembre, el mes de la familia, hemos creado un espacio para compartir con ellos, fomentando el diálogo y reflexión mediante un taller dirigido por Recursos Humanos de tiendas y la Oficina de Apoyo.
- **NAVIDAD DE LOS NIÑOS Y NIÑAS:** Nosotros también vivimos la magia de la Navidad. Por eso realizamos una celebración especial para compartir con la familia, invitando a tus hijos e hijas que tengan hasta 12 años de edad, que además de vivir momentos agradables, recibirán un regalo especialmente pensado para ellos.
- **NUESTROS PROTAGONISTAS ESTUDIOSOS:** Porque sabemos que los hijos e hijas de nuestros asesores(as) se esmeran para mejorar cada día, la empresa les entrega un diploma y un detalle especialmente pensando en ellos que ocupan los primeros puestos en los diferentes grados escolares.

CELEBRAMOS EN EQUIPO

Toda ocasión es una oportunidad para estar juntos, compartir nuestros valores y disfrutar del compañerismo y camaradería.

- **DÍA DE LA MADRE**
- **DÍA DEL PADRE**
- **DÍA DE LA AMISTAD**
- **DÍA DE LA MUJER**
- **DÍA DEL VENDEDOR**
- **DÍA DEL TRABAJO**
- **FIESTAS PATRIAS**
- **DÍA DEL ABUELO**
- **HALLOWEEN CRIOLLO**
- **DÍA DEL HOMBRE**
- **ANIVERSARIO DE TIENDA**
- **REUNIÓN DE NAVIDAD**
- **CELEBRACIÓN DE CUMPLEAÑOS**
- **COMPARTIR POR INVENTARIO GENERAL**



CUARTA DIMENSIÓN “Progreso”:

Consideramos importante crecer como equipo a nivel profesional, pero sobre todo a nivel personal. Por eso, y gracias a la serie de beneficios que presentamos, buscamos aportar en el desarrollo de nuestros asesores y asesoras.

“PÍNTATE VERDE”: Programas de cuidado ambiental en el cual buscamos sensibilizar y motivar a nuestros asesores y asesoras en la protección ambiental y el uso eficiente de los recursos de nuestro planeta.

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD “CLUB DE VOLUNTARIOS”: A través de nuestro club de voluntarios llegamos a diferentes actividades con nuestros socios estratégicos: TECHO y Fe y Alegría, asimismo con el apoyo del Comité de sostenibilidad que existe en cada tienda, nos organizamos para desarrollar los voluntariados enfocados en las necesidades que se presentan en la comunidad.

GRAN FERIA DE BENEFICIOS. Con la finalidad de hacerle llegar toda la información a nuestros asesores, se implementaron varias actividades, tanto en tiendas como en oficina, siendo la más importante “La Gran Feria de Beneficios”. A través de estaciones de información, juegos y sorteos, nuestros asesores y asesoras fueron informados y despejaron dudas sobre nuestros nuevos y renovados beneficios.

FERIA DE LA SALUD: Consiste en invitar a diferentes proveedores de la salud como: oftalmología, salud oral, asesoría nutricional, despistaje de lunares, consultorio médico, consultorio dermatológico, consultorio de belleza e imagen. Este servicio cuenta con gran acogida por parte de los asesores ya que pueden obtener resultados inmediatamente y pueden continuar su tratamiento a precios corporativos.

ESPACIO MEDITATIVO “CALMA MENTE”. Este espacio de meditación está dirigido a los asesores y asesoras. Busca promover un espacio de silencio y relajación que, a través de estímulos sonoros y olfativos, impacte positivamente en el bienestar de los(as) asesores(as). Los beneficios que obtienen los asesores y asesoras son afianzar la relación con uno mismo y con los demás, aporta a su salud mental, física y espiritual, desarrolla su inteligencia emocional, generar consciencia del presente y también influye en la mejora del clima laboral.

PROGRAMA FAMILIA SALUDABLE: Sodimac Perú, dentro de su política de balance familia – trabajo, desarrolla actividades que se orientan a consolidar y educar a las familias, esto a través de talleres educativos, material informativo y eventos que los involucren directamente.

- **Política de Horario Flexible:** Pensando en el balance de la vida profesional y personal de nuestros(as) asesores(as), Sodimac Perú tiene una propuesta que busca adaptar los horarios de ingreso y de salida de los(as) asesores(as) de Oficina de Apoyo a sus necesidades

Horario de verano en los primeros meses del mes



4.4 CLIMA LABORAL

Nuestro objetivo año a año es ser la mejor empresa *retail* para trabajar en el Perú, es por eso que somos conscientes que solo en un ambiente sano y armónico las personas pueden aportar lo mejor de su talento, por tal motivo, en cada área propiciamos las condiciones para un buen clima organizacional y así hacer de nuestra casa el mejor lugar para laborar.

Medimos anualmente el clima organizacional, por medio de una encuesta interna y otra elaborada por el Great Place To Work Institute Perú, ambas miden la satisfacción y percepción de los asesores(as) al interior de la empresa en 5 dimensiones básicas:

credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

Estos resultados nos permiten además de la evaluación misma, generar planes de acción que llevan a seguir construyendo el mejor lugar para trabajar, teniendo en cuenta los resultados específicos por género, antigüedad, rango de edad y áreas de la tienda (*Call center*, Centro de distribución y administrativos) con el propósito de entender las necesidades puntuales y reconocer diferencias en cada grupo objetivo, para formular e implementar acciones orientadas a mejorar el clima laboral de la empresa.

Es así como de manera constante hemos crecido durante los años de aplicación de la encuesta. La encuesta correspondiente al año 2017 se aplicó bajo la modalidad *online* al 94% de asesores(as) en planilla de la empresa.

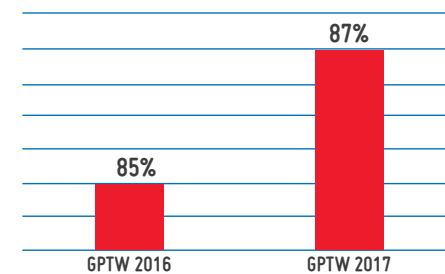
El estudio indica que el porcentaje de aceptación general como empresa es de

87% resultando **2%**

por encima del puntaje obtenido en el 2016 ubicándonos en el puesto

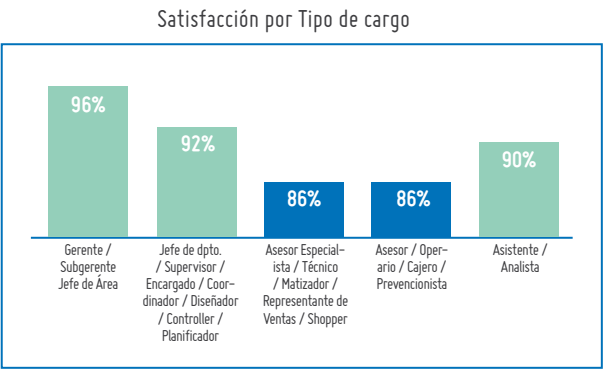
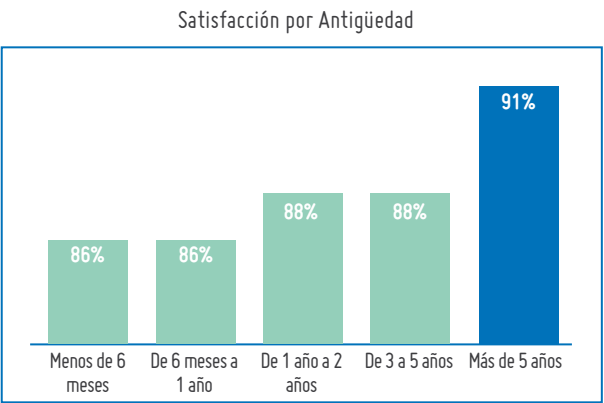
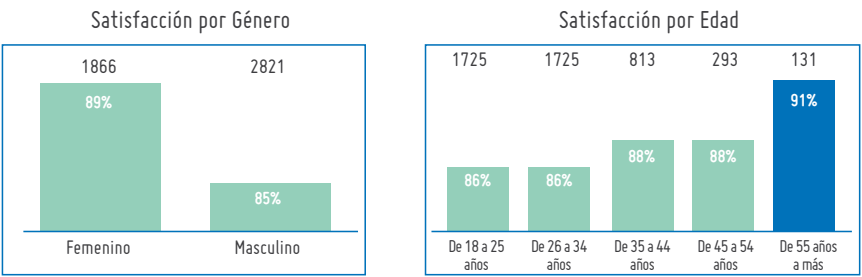
9 dos puestos arriba del ranking 2016

RESULTADO GENERAL EMPRESA





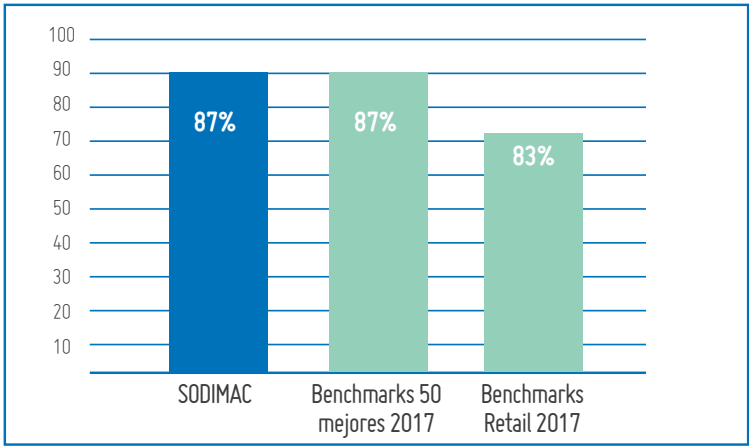
TIENDAS SODIMAC
RESULTADOS POR SEGMENTACIÓN



Nos encontramos dentro del ranking GPTW por más de 10 años, siendo uno de los mejores lugares para trabajar en el Perú, y sobretodo, manteniendo la confianza de nuestros más de 5 mil asesores(as).

COMPARACIÓN CON BENCHMARK

Las 50 mejores empresas para trabajar 2017, obtuvieron un resultado de 87%, el cual coincide con nuestro resultado, que también resultó de 87%. En cuanto al sector retail, nos encontramos sobre 4% comparados con el *benchmark retail*.

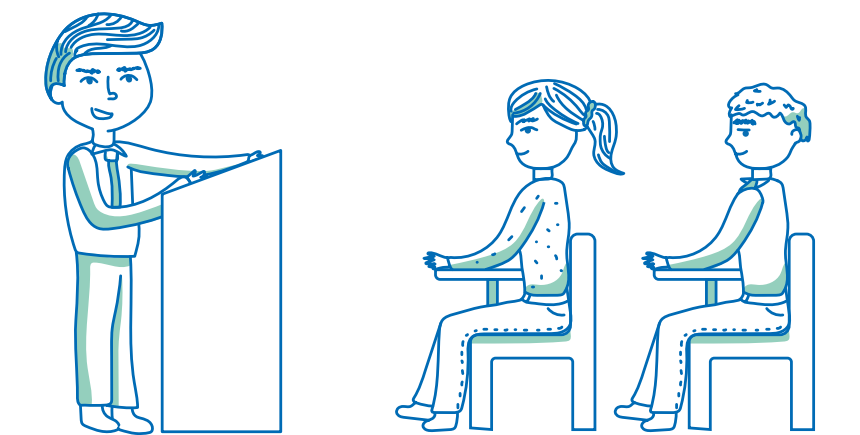


4.5 CAPACITACIÓN Y DESEMPEÑO

(GRI 404-formación y enseñanza) (GRI 404-1) (GRI 404-formación y enseñanza) (GRI 404-3)

Sodimac Perú apuesta por el constante desarrollo y crecimiento de competencias y habilidades personales y profesionales de todos sus asesores(as). Estamos convencidos de que la formación y la enseñanza constituyen herramientas clave para adaptarnos a las nuevas exigencias de nuestros clientes y presentar nuevos modelos de negocio satisfaciendo todas las necesidades y contribuyendo a la construcción de sus sueños y proyectos de hogar.

Todas nuestras acciones de capacitación nacen de nuestra Escuela de Excelencia; la misma que tiene como objetivo el desarrollo técnico y profesional de todos los asesores y asesoras de nuestra empresa; promoviendo el aprendizaje y conocimiento de nuestro negocio, el dominio técnico, desarrollo comercial, liderazgo e innovación; basado en nuestros 3 pilares estratégicos (Crecimiento, Rentabilidad y Sostenibilidad), en nuestros valores culturales REIR (Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad) y nuestro propósito de construir sueños y proyectos de hogar para nuestros clientes.



Nuestra Escuela de Excelencia cuenta con las siguientes facultades:

- **Facultades Técnicas:** Dirigido a todos los asesores y asesoras que tiene contacto directo con nuestros clientes y que pertenecen a los departamentos técnicos de la tienda. Desarrollando conocimiento a profundidad de la venta del proyecto alineados a los principales indicadores del negocio (ticket promedio, venta proyecto y NPS).
- **Facultad Hogar:** Dirigido a los asesores y asesoras de las áreas deco de la tienda. Se enfoca en desarrollar habilidades que impacten en la estrategia comercial de centrarnos en diseño de vanguardia y tendencias y que además impacten en los indicadores de negocio (ticket promedio, venta proyecto y NPS).
- **Facultad de Operaciones:** Dirigido a los asesores y asesoras de las áreas de operaciones de nuestras tiendas. Enfocada en mantener el conocimiento actualizado en procedimientos, reglamentaciones que impactan de manera directa en la experiencia de compra de nuestros clientes. Su enfoque es de especialización por área para el desarrollo de sus competencias técnicas que impacten en el trabajo en equipo.
- **Facultad de Especializaciones:** Dirigido a asesores y asesoras de todas las áreas de la Oficina de Apoyo. Centrada en desarrollar habilidades técnicas y específicas que permitan la actualización e innovación constante con la finalidad de desplegar en tiendas las mejores estrategias de negocio.

MODALIDADES DE CAPACITACIÓN INTERNA

CAPACITACIÓN INTERNA	PERIODICIDAD	FRECUENCIA
Capacitación de provee- dores	Mensual	8 a 10 capacitaciones al mes
Feria de proveedores	Mensual	2 ferias de 3 días al mes
Capacitaciones especial- izadas	Mensual	2 fechas al mes
Escuela de cajas	Mensual	8 escuelas al mes
Escuela de Servicios Espe- ciales	Mensual	1 escuela al mes
Las 4 C (técnicas de abor- daje a clientes)	Mensual	2 talleres al mes
Certificación de Monitores	Permanente	Según necesidad de tienda
Programa inspira	Permanente	Talleres
Programa maestro 2.0	Permanente	Talleres de habilidades técnicas
Escuelas de Jefes 2.0	Anual	Una vez al año por tienda refuerzo de temas técnicos
Construyendo liderazgo	Permanente	Un taller por mes
Evaluación de Conocimiento Técnico	Cuatrimestral	Todas las áreas de ventas
Programa de cursos libres	Mensual	2 talleres al mes
Certificación de Tecle	Semestral	2 veces por año
Certificación de Grúas	Semestral	2 veces por año
Cursos <i>e-learning</i>	Mensual	Permanente

Para poder brindar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes, nuestros(as) asesores(as) deben brindar la mejor asesoría en todos nuestros productos y proyectos. Allí radica la importancia que se le otorga al desarrollo de capacitaciones y programas técnicos como lo son: ferias de proyectos, capacitaciones de proveedores, actualizaciones y especializaciones. Asimismo, medimos el conocimiento técnico 3 veces al año en la evaluación CT (Conocimiento Técnico) en todas nuestras tiendas.

Todos los(as) asesores(as) de nuestras tiendas, *Call Center* y Centro de Distribución cuentan con una meta mínima de horas de capacitación mensual que deben de cumplir. Tenemos programas de capacitación dirigidos al desarrollo de competencias y habilidades para un mejor desempeño dentro del puesto de trabajo.

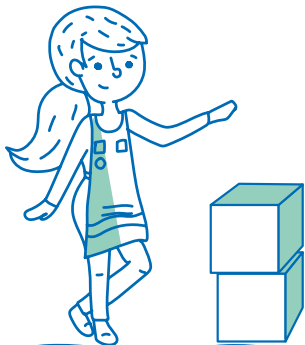
Nuestras capacitaciones internas son realizadas por monitores; quienes son asesores(as) que han sido certificados en metodología de aprendizaje y son los principales responsables de im-
partir conocimientos. Para las áreas de venta contamos con Momos (Monitor de Monitores) que constituyen los referentes de conocimiento técnico de cada uno de los departamentos.

Cada programa de capacitación cuenta con una evaluación que nos permite determinar el grado de interiorización de los conocimientos impartidos. Nuestros programas más especializados requieren de una revalidación que puede ser semestral o anual.

Por otro lado, para medir el conocimiento en ventas tenemos una medición que ocurre 3 veces en el año cuya denominación es Evaluación de Conocimiento Técnico (CT), la misma que constituye un indi-
cador clave (KPI) importante para las caminatas comerciales (caminatas de revisión de estándares en las tiendas realizadas por los líderes), evaluación del desempeño, ascensos y rotaciones.

Compromisos 2018

- Ser una herramienta clave para lograr la transfor-
mación cultural de nuestra empresa hacia una a
través de la alfabetización digital (capacitaciones
e-learning, Módulos.com, omnicanalidad, etc).
- Nueva estrategia de calidad de atención al cliente
enfocada en la generación de una experiencia de
compra memorable a nuestros clientes a través
de la metodología de las 4C.
- Reforzar el conocimiento técnico de nuestros
vendedores en la medición cuatrimestral del CT.





PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN — TIPO DE CARGO Y SEXO - 2016			
CATEGORÍA LABORAL	Horas Hombre	Horas Mujeres	Total horas por categoría
Gerente y Sub Gerente	3,792	1,701	5,493
Profesionales y Administrativos	15,142	12,080	27,222
Otros(as) asesores y asesoras	80,813	44,651	125,464
TOTAL POR GÉNERO	99,747	58,432	158,179

PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN — TIPO DE CARGO Y SEXO - 2017			
CATEGORÍA LABORAL	Horas Hombre	Horas Mujeres	Total horas por categoría
Gerente y Sub Gerente (OA y tiendas)	2,029.5	4,658.5	6,688
Profesionales y Administrativos (Todo OA + todo tiendas excepto Ventas Jefes(as) y asesores(as))	7,877.5	14,306	22,183.5
Otros asesores(as) (Jefes y Asesores(as) de ventas)	78,391.5	12,7422.5	205,814
TOTAL POR GÉNERO	88,298.5	146,387	234,685.5

Evaluación de desempeño

La evaluación de desempeño es un proceso importante para Sodimac Perú porque permite a los líderes implementar y afinar estrategias en pro de la empresa y del asesor(a) mismo. Este proceso abarca competencias y etapas que están alineadas a la cultura de la empresa; por lo que permite también identificar a los potenciales talentos dentro de la misma. Asimismo, empodera a los líderes porque pone en práctica su capacidad de dar y solicitar *feedback*. Adicionalmente, la evaluación de desempeño también nos ayuda a determinar planes de acción para que el(la) asesor(a) pueda tener un lineamiento a fin de desarrollarse dentro de la empresa. Este proceso ayuda a acortar brechas entre el desempeño actual y esperado de cada asesor(a).

Actualmente, mediante una plataforma corporativa virtual (Falan-et), se evalúa el desempeño de los asesores(as) en cuanto a sus fortalezas y oportunidades de mejora. El proceso tiene como propósito poder gestionar el desempeño y no solo medirlo.

Hoy en día, el proceso de evaluación de desempeño se realiza una vez al año y tiene como principales alcances los siguientes puntos:

- La evaluación se aplica a todos los(as) asesores(as) que tienen como mínimo 3 meses en la empresa.
- Cada evaluación está diseñada de acuerdo al perfil del puesto e incluye competencias genéricas y específicas; divididas en desempeño y liderazgo.
- En la evaluación se detallan las fortalezas y oportunidades de mejora de cada asesor(a); asimismo se asignan notas a las competencias y se elaboran los planes de acción.

- La escala de evaluación de desempeño va del 1 al 4.

4	Sobresaliente
3	Cumple satisfactoriamente
2	Cumple parcialmente
1	No cumple

- En la evaluación se define una nota potencial, la cual interpreta el grado de preparación en educación y experiencia que tiene el asesor(a) para ocupar un cargo superior al que actualmente mantiene. Esta nota es distinta a la nota de desempeño.
- La evaluación de desempeño puede abarcar dos niveles diferentes, dependiendo del cargo que ocupe el asesor(a):
 - **Evaluación de 360°**– El asesor(a) es evaluado por su jefe(a), pares, subordinados y el mismo. Este tipo de evaluación es empleado para los gerentes, subordinados y jefes de área.
 - **Evaluación de 45°** – El/la asesor/a es evaluado sólo por su jefe(a) inmediato; dirigida a las demás posiciones que no son 360°
- El proceso de evaluación de desempeño se desagrega en 3 subprocesos de acuerdo a la jerarquía y alcance de cada evaluación:
 - **360° Local:** Proceso de evaluación para todos los cargos gerenciales dentro de la empresa tanto a nivel tienda y oficina.
 - **Evaluación en Oficina de Apoyo.**
 - **Evaluación en Tiendas:** Gestionado desde oficina pero a cargo de cada Jefe de desarrollo del asesor(a) en las tiendas.



El proceso de evaluación de desempeño permite generar cercanía entre el/la asesor/a y su jefe; brindando la oportunidad de conocer los retos, objetivos personales y profesionales de todo el personal; buscando así, a través del plan de desarrollo, desafiar profesionalmente a los/as asesores/as. Este reforzamiento se realiza mediante el fortalecimiento de acciones constructivas y que agregan valor a nuestro servicio como empresa; o mediante acciones concretas que permitan que el asesor(a) desarrolle nuevas competencias que lo ayudarán a seguir una línea de carrera. Para ello, el procedimiento de la evaluación de desempeño es el siguiente:

a) Realización de capacitaciones: El área de desarrollo de RRHH programa capacitaciones para gerencia, jefaturas y asesores(as) de acuerdo con la necesidad de conocimiento del proceso de evaluación de desempeño e informa el cronograma de la misma. Esta capacitación se contabiliza dentro de la malla de horario de cada asesor(a).

b) Recolección de información: Este paso implica consolidar la información de todos los participantes de la evaluación. Asimismo, implica definir las fuentes evaluadoras, el tipo de evaluación y tipo de formulario; además incluye revisar el legajo del asesor(a): evaluaciones anteriores y planes de trabajo, avisos de desempeño negativos y positivos; renovaciones de contrato anteriores, el cumplimiento de su meta de capacitación, entre otros puntos que refuercen el desempeño en base al periodo evaluado.

c) Uso del sistema virtual de evaluación de desempeño: Cada evaluador ingresa al sistema donde tendrá detallado los nombres de las personas a las que tendrá que evaluar. (Puede incluir pares, la evaluación de sí mismo, personas a cargo). Ingresará a realizar la evaluación de cada uno de ellos iniciando por las fortalezas y oportunidades de mejora, luego asignará un puntaje a cada una de las competencias, el cual estará acompañado de un comentario que permitirá justificar la nota.

d) Etapa coordinador: Para los evaluados que tienen una evaluación de fuentes múltiples (evaluaciones 360°), se asigna un coordinador. El rol de esta persona es emitir a través del sistema un comentario objetivo en base a lo evaluado por los pares, asesores(as), jefes(as) y autoevaluación del evaluado. Es importante tener en claro que el coordinador no evalúa solo actúa como un ente moderador y justo en la evaluación, ya que recaba los inputs sobre el compartimiento del evaluado. Por dicha razón, el coordinador no debe conocer el trabajo del evaluado.

e) Participación del Comité de gerencia: El Comité de gerencia tiene como objetivo sustentar la evaluación de desempeño ante otras jefaturas, así como ante RRHH y la gerencia de dicha área. A través del comité, se pueden recoger sugerencias y/o recomendaciones que pueden ser incluidas en la evaluación o que pueden permitir en algunos casos replantear los puntajes. El área de Desarrollo de RRHH, se encargará de las coordinaciones para la realización de cada comité, consultando con cada Gerente, Sub gerente y/o Jefe de área quienes serían las personas idóneas para participar, teniendo en cuenta el grado y frecuencia de interrelación que tengan con la persona a ser evaluada.

f) Plan de desarrollo: Una vez que se realiza el comité, todos los asesores(as) que evaluaron podrán ingresar a la plataforma nuevamente para realizar el plan de desarrollo tomando en consideración los comentarios del comité además de las puntuaciones finales.

g) Retroalimentación a asesores(as): Luego de haber impreso las evaluaciones, el jefe(a) se reúne con cada asesor(a) en un ambiente privado y apropiado para poder retroinformarlos sobre sus fortalezas, oportunidades de mejora, desempeño en cada una de las competencias evaluadas y plantear los planes de mejora, los cuales deberán ser trabajados de manera conjunta, pues dependerá del jefe(a) el cumplimiento de los mismos. Tanto el jefe(a) como el asesor (a) deben firmar el formulario de evaluación de desempeño en señal de conformidad y compromiso con el plan de mejora y entregarle una copia al asesor(a) para su propio seguimiento.

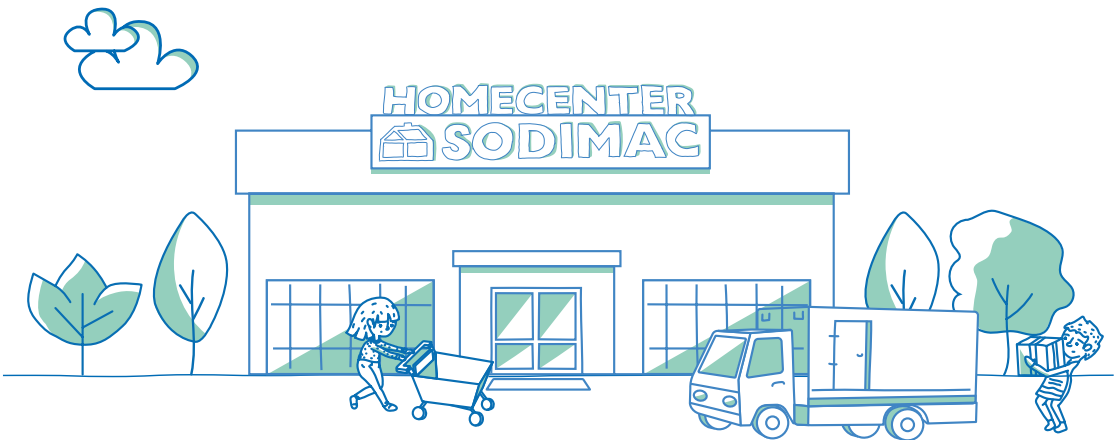
h) Seguimiento de planes de mejora: El jefe(a) debe reunirse con el asesor(a) la cantidad de veces necesarias de acuerdo con el plan elaborado para confirmar la mejora del desempeño, cambio de conducta y aprendizaje a la fecha.



Como última parte del proceso, luego de haber sido evaluados, todos los asesores(as) que obtuvieron una baja puntuación en el proceso, participan de la re- evaluación de desempeño, cuyo objetivo principal es revisar si, a partir de los planes de trabajo, los asesores(as) han mejorado en su rendimiento laboral y recalificarlos.

Compromisos 2018

- Mejorar el formato de resumen de resultados.
- Mejorar la homologación de puestos para que puedan acceder con mayor facilidad a la plataforma.
- Proponer mejoras en el seguimiento de los planes de acción.



EVALUACIONES DE DESEMPEÑO 2017

CATEGORÍA LABORAL	MASCULINO		FEMENINO	
	Asesores	Porcentaje	Asesoras	Porcentaje
Tienda (Subgerentes, jefes(as) y asesores(as))	2,173	87	1,385	82
Oficina	60	25	69	37
Gerencias	63	100	15	100
TOTAL	2,296		1,469	79

Nota: Los porcentajes de participación se definen en base al universo de asesores(as) que tienen como mínimo 3 meses dentro de la empresa y que por ende, pueden ser evaluados.



4.6 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

(GRI 403-salud y seguridad en el trabajo) (GRI 403-2)

Sodimac Perú busca prevenir los riesgos laborales, fomentando una cultura de prevención y manteniendo un sistema de gestión que permita la protección de sus asesores(as), promotores(as), personal externo y clientes, previniendo los accidentes.

El propósito de la Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo es propiciar la mejora continua, a fin de prevenir daños a la salud, a las instalaciones o a los procesos en las diferentes actividades ejecutadas o cambios que se presenten, facilitando la identificación de los peligros y la evaluación de riesgos existentes y gestionando las medidas de control.

Contamos con una Política de salud y seguridad en el trabajo, objetivos y metas anuales y un programa anual de actividades.

En nuestro programa 2017, se establecieron y ejecutaron las siguientes actividades:

Objetivo general 1: Garantizar las condiciones de seguridad que protejan la vida, la salud y el bienestar de los asesores(as), y de aquellos que, no teniendo vínculo laboral presten servicios o se encuentren dentro del ámbito del centro de labores.

Acciones:

- Vigilancia médica ocupacional.
- Actualizar la matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos.
- Inspecciones planeadas de prevención por cada una de las tiendas.
- Revisión anual de procedimientos estándares de trabajo.

Objetivo general 2: Fomentar una cultura de prevención de riesgos y mantenimiento del sistema de gestión que permita la protección de los asesores(as), promotores(as), personal externo y clientes. Promover la participación y consulta de los asesores(as) para mejorar el desempeño en pro de un buen clima laboral.

Acciones:

- Capacitaciones al personal de ventas y servicios en temas de prevención de riesgos detallados en el programa anual de capacitaciones.
- Dedicar la temática de una reunión bimensual a temas de prevención de riesgos.
- Celebrar el día de la seguridad y salud en el trabajo, realizar la semana de la prevención con participación de los jefes(as) de prevención en Lima y provincias, donde se realizarán capacitaciones específicas en temas de SST para reforzar los conocimientos del personal de tienda.

Compromisos 2018

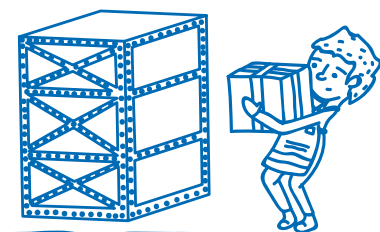
Para el 2018, se han establecido los siguientes objetivos:

- Minimizar la ocurrencia de accidentes.
- Mejorar la calidad de la investigación de accidentes.
- Propiciar la mejora gestionando las medidas de control de riesgos.

Objetivo general 3: Propiciar la mejora continua a fin de prevenir daños a la salud, a las instalaciones o a los procesos, en las diferentes actividades ejecutadas o cambios que se presente, facilitando la identificación de los peligros y la evaluación de los riesgos existentes y gestionando las medidas de control.

- Inspecciones y caminatas en cada tienda de acuerdo con el programa.

Existe un proceso formal de revisión del sistema, una vez al año por la Gerencia.

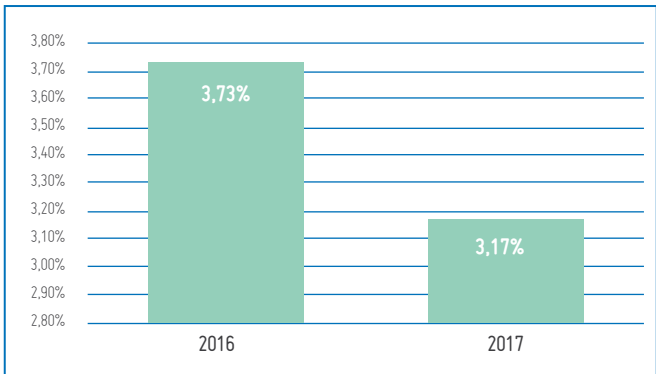




INDICADORES DE SEGURIDAD Y SALUD 2017

	2015	2016	2017
Total de accidentes	240	208	183
Horas trabajadas	12,102,812	11,422,240	11,345,500
Tasa de accidentabilidad	4.17%	3.73%	3.17%

Accidentabilidad 2016 / 2017



TASA DE DÍAS PERDIDOS

	2016	2017
Días perdidos	2,258	983
Horas trabajadas	11,422,240	11,345,500

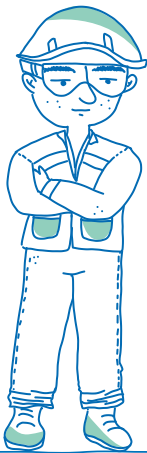
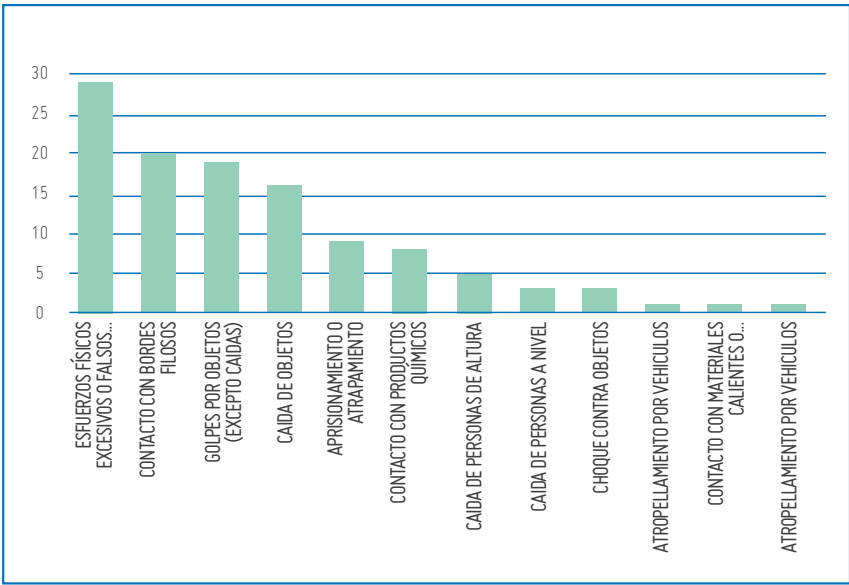
TOTAL DÍAS PERDIDOS 25.59 17.02

* Se consideran días perdidos a los días naturales a partir del día siguiente del accidente, de acuerdo al DS 005-2012 Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo.

CANTIDAD DE ACCIDENTES POR TIPO DE CONTACTO 2017

Tipo	Total	Masculino	Femenino
Esfuerzos físicos excesivos o falsos movimientos	40	11	29
Golpes por objetos (excepto caídas)	33	14	19
Caída de objetos	28	12	16
Contacto con bordes filosos	26	6	20
Aprisionamiento o atrapamiento	17	8	9
Contacto con productos químicos	12	4	8
Caída de personas a nivel	11	8	3
Choque contra objetos	5	2	3
Caída de personas de altura	5	0	5
Atropellamiento por vehículos	2	1	1
Exposición a productos químicos	1	1	0
Contacto con productos químicos	1	1	0
Contacto con materiales calientes o incandescentes	1	0	1
Atropellamiento por vehículos	1	0	1
TOTAL	183	68	115

Accidentes por tipo de contacto



Objetivo de Desarrollo
Sostenible vinculado:



Igualdad de género: brindar las mismas oportunidades de desarrollo para nuestros(as) asesores(as) y en nuestra cadena de valor.

“VIVIENDO
UNA CULTURA
DE PAZ”

4.7 PLAN EQUIDAD, DIVERSIDAD Y PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA (EDIPVI)

(GRI 405 diversidad e igualdad de oportunidades) (GRI 406 no discriminación) (GRI 405-1)

Para Sodimac Perú es un compromiso vivir en equidad, respetando y valorando la diversidad dentro y fuera de nuestra empresa. Somos conscientes que apostar por ir más allá de la normativa y tener como lineamientos el desarrollo de acciones que promuevan una cultura de paz, multiplica las posibilidades de encontrar soluciones innovadoras y mejores resultados.

Sodimac Perú se encuentra totalmente a favor de la protección a los Derechos Humanos, ya que nuestras políticas están basadas en los principios del Pacto Mundial. Contamos con Políticas de equidad, diversidad e inclusión, prevención de la violencia contra la mujer y Política de Sostenibilidad, en las cuales nos comprometemos al respeto de todos nuestros grupos de interés.

Nuestro marco de transparencia para proveedores también considera el respeto por los Derechos Humanos y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.

Entendemos que los/las asesores/as de Sodimac Perú representan una fuerza laboral talentosa y con gran potencial en su diversidad. Por ello, el alcanzar el máximo potencial de esta fuerza es fundamental para nuestro éxito competitivo.

Entendemos el concepto de “diversidad” como la aceptación, inclusión y respeto a la cualidad de “distinto” de todos los seres humanos, y cómo esta cualidad nos hace únicos y valiosos, al aportar diversas características que fomentan la excelencia en nuestro trabajo.

Con “inclusión” de personas nos referimos a prácticas estandarizadas que brindan oportunidades y espacios para el aprendizaje, crecimiento y desarrollo profesional de todas las personas sin distinción, valorando en ellas sus diferencias.

Un elemento clave en nuestros programas de diversidad e inclusión es el compromiso de Sodimac Perú con la igualdad de oportunidades. Las actividades de contratación, promoción y compensación de asesores(as) se conducen sin distinción de raza, color, religión, sexo, identidad orientación sexual, nacionalidad, discapacidad, enfermedad, edad, habilidades y educación. Asimismo, diseñamos e implementamos actividades y beneficios para todos los/las asesores(as) de la empresa en cumplimiento con todas las leyes aplicables y alineados a nuestros valores.

Promovemos la igualdad de oportunidades, todos los asesores y asesoras tienen acceso a los mismos derechos y beneficios, los ascensos y crecimiento profesional se realizan en base a indicadores y sobre todo, al mérito personal de cada asesor(a). Por ningún motivo hacemos diferencias de género, edad, nacionalidad o condición física.

Plan Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia: EDIPVI



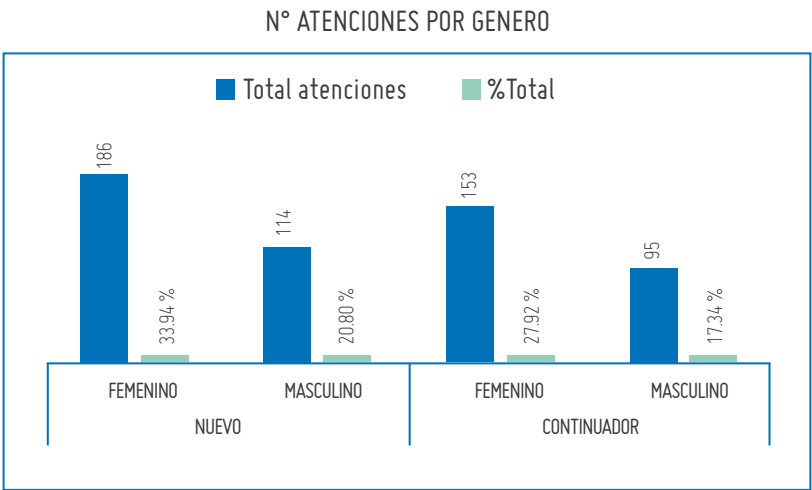
Constituido por las siguientes dimensiones y basadas en nuestras políticas:

- Rol Gestor(a) EDIPVI: Impulsar activa y permanentemente el Programa EDIPVI, fomentando el conocimiento de la Política de equidad y la Política de diversidad e inclusión, implementando el programa de capacitación “Ruta de la Equidad”, generando espacio de diálogo inclusivo con los(as) asesores(as), y reforzando la difusión, el conocimiento y uso del canal de denuncias EticaAcción, el canal de soporte psicológico y legal Confía y Plan de Beneficios Juntos. Asimismo, prevenir y contener situaciones de violencia que puedan presentarse, en base al Decálogo EDIPVI. En el 2017 se certificaron y graduaron 40 gestores(as) Edipvi
- Ruta de la equidad: talleres vivenciales mensuales de sensibilización liderado por los(as) Gestores(as) EDIPVI, y dirigido a los(as) asesores(as), sus familiares y comunidad, que busca sensibilizarnos y brindarnos herramientas que nos empoderen como agentes de cambio para prevenir y actuar frente a situaciones de violencia, a favor de una cultura de paz sostenible.
- Canal de escucha y denuncias “Etica Accion”: Canal anónimo y confidencial de denuncias y consultas, dirigido a los(as) asesores(as) y proveedores, y regulado por la consultora internacional KPMG, con el fin de reportar posibles conductas irregulares dentro de la empresa, que incumplan nuestro Código de ética y contradigan nuestros valores REIR.
- Canal de soporte psicológico y legal “Confia”: Canal de apoyo de asesoría psicológica y legal, activo las 24 horas del día y 365 días del año. El beneficio es extensivo a los familiares directos (esposo(a) e hijos(as)), y para los solteros(as) (padres).

En el 2018 se podrá evaluar el impacto porque el programa se implementó en los últimos meses del año.



NÚMERO DE ATENCIONES / GÉNERO		
	Total atenciones	% Total
NUEVO	300	54.74%
Femenino	186	33.94%
Masculino	114	20.80%
CONTINUADOR	248	45.26%
Femenino	153	27.92%
Masculino	95	17.34%
TOTAL GENERAL	548	100.00%





DOTACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y SEXO 2017

Categoría laboral	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directorio	4	0	4	100.00%	0.00%	100.00%
Administrativos	330	302	632	52.22%	47.78%	100.00%
Alta gerencia	8	2	10	80.00%	20.00%	100.00%
Gerencias medias	55	15	70	78.57%	21.43%	100.00%
Mandos intermedios	347	240	587	59.11%	40.89%	100.00%
Operaciones	1428	915	2343	60.95%	39.05%	100.00%
Vendedores	1382	933	2315	59.70%	40.30%	100.00%
TOTAL	3550	2407	5957	59.59%	40.41%	100.00%

DOTACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y RANGO DE EDAD – 2017

Categoría laboral	Menos de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años
Directorio		25%	75%
Administrativos	45.09%	52.53%	2.37%
Alta gerencia	0.00%	80.00%	20.00%
Gerencias medias	0.00%	88.57%	11.43%
Mandos intermedios	17.55%	78.19%	4.26%
Operaciones	54.46%	39.74%	5.80%
Vendedores	61.86%	31.66%	6.48%
TOTAL	51.97%	42.39%	5.64%

Programa Espiritu Joven:

Dirigido a brindar oportunidades laborales para adultos mayores (véase sección presencia en el mercado). En la actualidad contamos con 81 adultos mayores (de 50 a +), brindando beneficios tales como revalorización de su experiencia, exámenes preventivos de salud y celebraciones como el día del abuelo.

Programa “Trabajando junto a ti”

Dirigido a brindar oportunidades laborales para personas con discapacidad (véase sección 4.2 Presencia en el mercado), brindando la oportunidad de reconocer y valorar sus diferencias. En el 2017 se contó con 85 personas con habilidades diferentes, quienes laboraron en turnos de tiempo completo, medio tiempo y *peak time*.

Compromisos 2018

- Graduar a 20 gestores/as EDIPVI para poder continuar construyendo este camino a la equidad y respeto a la diversidad. Buscando que más asesores(as) y nuestra comunidad puedan vivir una cultura paz.
- Generar alianzas con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, difundiendo herramientas de prevención.
- Generar alianzas con organizaciones y ONGs para promover acciones que fomenten la igualdad de oportunidades.
- Formar redes con organizaciones para la promoción de espacios laborales inclusivos y respeto de la diversidad.

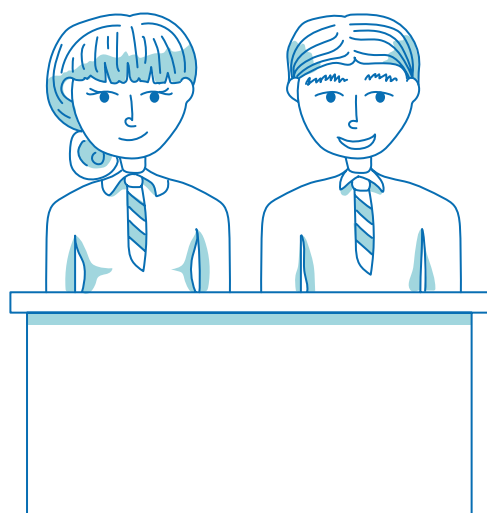
4.8 COMUNICACIÓN INTERNA

(GRI 407 libertad de asociación y negociación colectiva) (GRI 102-41) (GRI 407-1)

Buscamos el diálogo y la comunicación constante con nuestros asesores y asesoras, quienes son fundamentales para nuestra operación.

Nuestra Política de sostenibilidad declara nuestro compromiso para con el respeto de la libertad de asociación y negociación colectiva. Los(las) asesores(as) utilizan este derecho a través de diferentes canales de comunicación considerados efectivos, por lo que no se ha visto necesario la formación de sindicatos, que son las instituciones que formalizan dicho derecho.

Hemos consolidado dos comités enfocados en el aseguramiento del Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo.



1 El Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST). Está conformado por 10 representantes de la empresa y ocho representantes de los(las) asesores(as). Su principal objetivo es la prevención de accidentes y enfermedades laborales.

2 La Brigada de Seguridad y Salud en el Trabajo: Opera a nivel local en cada una de nuestras tiendas Sodimac Perú, velando por la prevención de accidentes y enfermedades laborales.

Adicionalmente, contamos con los siguientes espacios de diálogo:

3 Comité de ética: Es un espacio de confianza, donde se trabajan todos los mecanismos de prevención y/o corrección ante eventuales conductas de acoso laboral y otros.

4 Reuniones de confianza: espacios de comunicación ascendente que impacten positivamente en los resultados, el compromiso y el clima laboral. Se identifican áreas de mejora y soluciones oportunas. Conversamos mensualmente temas como la relación con el jefe, pares, espacios comunes, ambiente, mallas, capacitaciones, etc. En el 2017 se realizaron más de 200 reuniones de confianza.

5 Comité asesores(as) de clima y sostenibilidad: se encargan de promover un ambiente laboral positivo en nuestras tiendas, centro de distribución, *call center* y oficinas. Mantienen y promueven las acciones de camaradería, campañas, celebraciones y cuidado ambiental.

6 Club de voluntarios: genera espacios de relacionamiento entre nuestros(as) voluntarios(as) y los miembros de la comunidad.

Sodimac Perú no cuenta con organizaciones sindicales, por lo que no contamos con convenios colectivos. No hemos identificado ningún riesgo en el que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva pueda estar en peligro.





5 NUESTROS PROVEEDORES



5.1 NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

(GRI 102-9) (GRI 204-1) (GRI 102-9) (GRI 102-9) (GRI 204 – prácticas de abastecimiento)

En Sodimac Perú generamos relaciones comerciales competitivas, de confianza y de largo plazo con nuestros proveedores. Pues entendemos que son los aliados comerciales esenciales, para llevar a cabo la operación. Es por esta razón, que trabajamos día a día por mantener una comunicación directa basada en el respeto, la integridad, la ética y la transparencia.

Sodimac Perú procura tener una base amplia y estable de proveedores y articular con ellos relaciones que favorezcan una coordinación eficiente, con complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y una sensibilidad especial para atender las necesidades de los clientes. Con 1191 proveedores activos de todo tamaño y en el marco de la política de abastecimiento responsable, cada año Sodimac Perú selecciona en el país y en muchos otros mercados los mejores productos, al mejor precio y con el respaldo de fabricantes de confianza, los que son sometidos a estrictos controles de calidad.

La cadena de suministro de Sodimac Perú se divide en:

- **Proveedores de mercadería:** compuestos por proveedores nacionales y extranjeros que nos proporcionan la mercadería para su comercialización en nuestras tiendas.

Tipo de proveedor	Cantidad de proveedores
Mercadería – Nacional	521
Mercadería – Importada	568
Total de proveedores de mercadería	1089

Los proveedores de mercadería están clasificados de acuerdo a la mercadería que proporcionan, agrupándolos por “Familias”:

“FAMILIAS” A LAS QUE PERTENECEN LOS PROVEEDORES		
Madera y tableros	Seguridad	Fijaciones
Fierro	Baño	Cerámica
Tabiquería, techumbre y aislación	Iluminación	Cocina
Aglomerados, áridos, aditivos , impermeb ladrillos	Jardín y terrazas	Línea blanca y electrodomésticos
Ferretería	Menaje	Mascotas
Gasfitería	Aseo	Contratos de telefonía
Electricidad	Textil y papel mural	herrajería y cerrajería
Puertas y ventanas	Cortinaje	Aire libre
Pintura	Muebles	Organización
Adhesivos y sellantes	Accesorios de automóviles	Instalaciones
Revestimientos		

- **Proveedores de suministros y servicios:** compuestos por proveedores nacionales y extranjeros que nos proporcionan los suministros y servicios necesarios para operar.

TIPO DE PROVEEDOR	CANTIDAD DE PROVEEDORES	VALOR MONETARIO PAGADO EN EL 2017 (S/)
Economato / Suministro	55	10,025,873
Servicio	47	30,759,058
Total de proveedores	102	41,684,930

En el 2017, las compras totales sumaron S/ 1 942,777,557, de los cuales el 76,5% fue realizado a proveedores locales.

Manual de transparencia comercial

Sodimac tiene un marco normativo formal de autorregulación con sus proveedores denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS) que permite operar en conjunto sobre reglas claras.

¿Qué aborda la política de TCS?

- Principios y ética comercial.
- Ámbito de aplicación.
- Aprovisionamiento de los productos y servicios.
- Cobros y descuentos a proveedores.
- Soportes para aumentar y garantizar la venta.
- Control de calidad de productos y servicios.
- Uso de marcas, patentes y similares.
- Conductas y normas de sostenibilidad.
- Rol de la contraloría TCS.

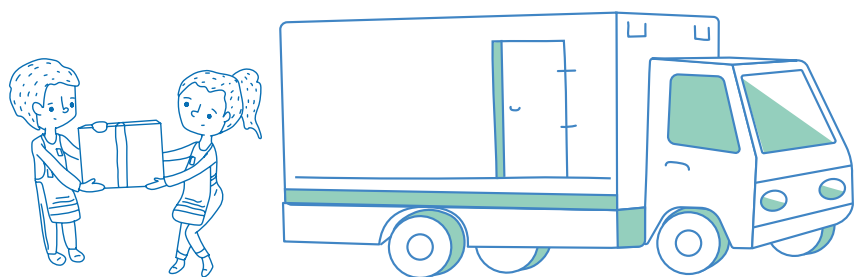
El Manual TCS se encuentra en

<http://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/content/a1880006/proveedores>

Junto a estas exigencias, Sodimac intenta contribuir a un adecuado desarrollo comercial de sus proveedores con diversas prácticas, destacando el pago en un plazo no superior a 30 días, especialmente a las empresas de tamaño mediano y pequeño. Con esto, busca ayudar al impulso de las pymes en el largo plazo, brindando una mayor estabilidad y confianza en sus relaciones comerciales.

Gestión de pequeños proveedores

Se implementaron capacitaciones para proveedores sobre temas de seguridad y salud en el trabajo. En el año 2017 se lograron capacitar a 9 proveedores.



Marcas propias y soporte técnico

Sodimac Perú manda fabricar y etiquetar productos bajo el criterio de “marcas propias”, sobre las cuales asume una responsabilidad incluso mayor en materia de exigencias de calidad, funcionamiento y servicio postventa. Parte importante de la labor de la Gerencia de Calidad se focaliza en el seguimiento de estos productos en las diferentes etapas de su ciclo de vida. En el ámbito del servicio postventa, Sodimac Perú ha establecido un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de los requerimientos de clientes para todos los productos marca propia de grifería o que funcionan con energía eléctrica o algún tipo de combustible.

Ofrecemos los servicios de instalación y armado para nuestros clientes, con el fin de garantizar un servicio de calidad, mejorar su experiencia de compra y marcar una diferenciación entre nuestros competidores.

Actualmente trabajamos con 42 proveedores ubicados en Lima, que brindan servicios a nivel nacional y más de 100 servicios a disposición de nuestros clientes.

Mejoras implementadas:

- **CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LOS SERVICIOS:** En Mayo del 2017 se implementó el nuevo programa de servicios CEN-TAH que nos ayudó a gestionar mejor el proceso y mejorar la atención de nuestros clientes internos y externos.
- **GARANTIZAR EL SERVICIO A NUESTROS CLIENTES:** Se realizó un cambio en la contratación de los proveedores con el fin de garantizar la calidad de los mismos no solo en el servicio, si no brindar un servicio seguro con personal calificado y correctamente.
- **DESCENTRALIZACIÓN DE SERVICIOS:** Con el fin de mejorar la gestión en provincia se contrató Analistas Regionales (Ing. Civiles) en el norte y sur del país con el fin de mejorar la supervisión y la contratación de proveedores locales.

5.2 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

(GRI 308–evaluación ambiental de los proveedores) (GRI 308–1)

(GRI 414 evaluación social de los proveedores) (GRI 414–1)

En Sodimac Perú tenemos como objetivo identificar, gestionar y mitigar los riesgos asociados a aspectos legales, ambientales, económicos y sociales que se pueden derivar de nuestra operación. Por ello, trabajamos en la construcción de una cadena de suministro que responda a los lineamientos que como empresa hemos establecido en materia de desarrollo sostenible y cumplimiento de la ley. Para cumplir con nuestros propósitos llevamos a cabo un ejercicio de identificación de los riesgos asociados a cada parte fundamental de nuestra cadena de suministro, evidenciando en estas las posibles vulneraciones y afectaciones a temas asociados a los(las) asesores(as), derechos humanos, medio ambiente, entre otras.

Cuestionario de sostenibilidad para proveedores a nivel corporativo

Sodimac Perú solicita a sus proveedores firmar una declaración, disponible en español, inglés y chino mandarín. Esta declaración aborda aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. En el 2017, un total de 1.111 proveedores extranjeros, es decir, el 63% del total de proveedores extranjeros de Sodimac Latinoamérica suscribieron este compromiso. A lo largo del ejercicio se realizaron evaluaciones a fábricas de proveedores de Asia en temas de calidad.

Sedex

A nivel corporativo, Sodimac es miembro de Sedex (*Supplier Ethical Data Exchange*), organización internacional que cuenta con la

plataforma de colaboración más grande del mundo para compartir datos de abastecimiento responsable de cadenas de suministro, utilizada por más de 47 000 miembros en más de 150 países.

Emplea la metodología SMETA (siglas en inglés de Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex), procedimiento de auditoría que recopila buenas prácticas en la técnica de auditoría ética. No es un código de conducta, una nueva metodología ni un proceso de certificación.

SMETA está diseñada para disminuir la duplicación de esfuerzos en la auditoría de comercio ético, lo cual beneficia a los minoristas, las marcas de consumo y a sus proveedores. Al utilizar SMETA, un proveedor puede someterse a una auditoría y compartirla con múltiples clientes, en lugar de que se realice una auditoría diferente para cada cliente. Los documentos de SMETA están diseñados para que los usen auditores experimentados de acuerdo con las prácticas actuales establecidas.

La metodología SMETA utiliza el código de la Iniciativa de Comercio Ético (ETI, por sus siglas en inglés) y la legislación local como herramienta de medición. Incluye cuatro módulos:

- Salud y seguridad.
- Estándares de trabajo.
- Medio ambiente (opcional).
- Ética empresarial (opcional).

Durante 2017, tuvimos como resultado un total de 19 proveedores nacionales evaluados y auditados. Resultado que nos permite continuar fortaleciendo año a año una cadena de suministro responsable en la minimización de los riesgos, el respeto por los derechos humanos, el cumplimiento de las normas laborales, la protección del medio ambiente y las prácticas justas de operación.

Para el 2018, el compromiso es la evaluación de 14 proveedores nacionales, utilizando el cuestionario SMETA.

Adicionalmente a la aplicación del cuestionario SMETA establecido en la evaluación Sedex, realizamos auditorías de homologación a nuestros proveedores, basados en la norma ISO 9001, donde se incluye temas de medioambiente, seguridad y salud ocupacional.





6 NUESTROS CLIENTES





6.1 COMERCIO Y MARKETING RESPONSABLE

(GRI 417 marketing y etiquetado) (GRI 417-1) (GRI 417-3)

Sodimac Perú tiene el compromiso de asegurar a los clientes una adecuada disponibilidad, calidad y seguridad de los productos que ofrece, respetando sus derechos, cumpliendo las promesas realizadas y aplicando políticas comerciales justas y transparentes.

La comunicación de marketing de la empresa se basa en la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias, con un enfoque basado en la sostenibilidad y criterios ajustados a la ética publicitaria, siendo todo ello el fundamento para políticas comerciales y campañas de difusión diferenciadoras.

Somos miembros de la Asociación de Anunciantes del Perú (ANDA), lo que nos obliga a respetar parámetros de ética publicitaria y respetuosos de la Ley 29571 Código de protección y defensa del consumidor, cuya autoridad competente es el INDECOPI.

Etiquetado

El cliente requiere estar informado cuando adquiere los productos o servicios que comercializamos, de ahí que la información consignada ya sea en las etiquetas de los productos o en los contratos que podamos suscribir es importante para ellos.

En el Acuerdo comercial, que es firmado por el proveedor y Sodimac Perú, se indica acerca del etiquetado del producto y que debe cumplir con lo establecido en las normas técnicas específicas del producto y/o forma general.

Durante el 2017:

- Todos los proveedores firmaron el acuerdo comercial.
- Se hizo una revisión a los productos nuevos creados bajo nuestro proceso de AUGESTION.
- Se hizo una revisión (auditoria interna) por cumplimiento de rotulado.

Compromisos 2018

- Extender el proceso de autogestión al 100% para todas las categorías de mercadería que comercializamos

El etiquetado de los productos requiere de la siguiente información:

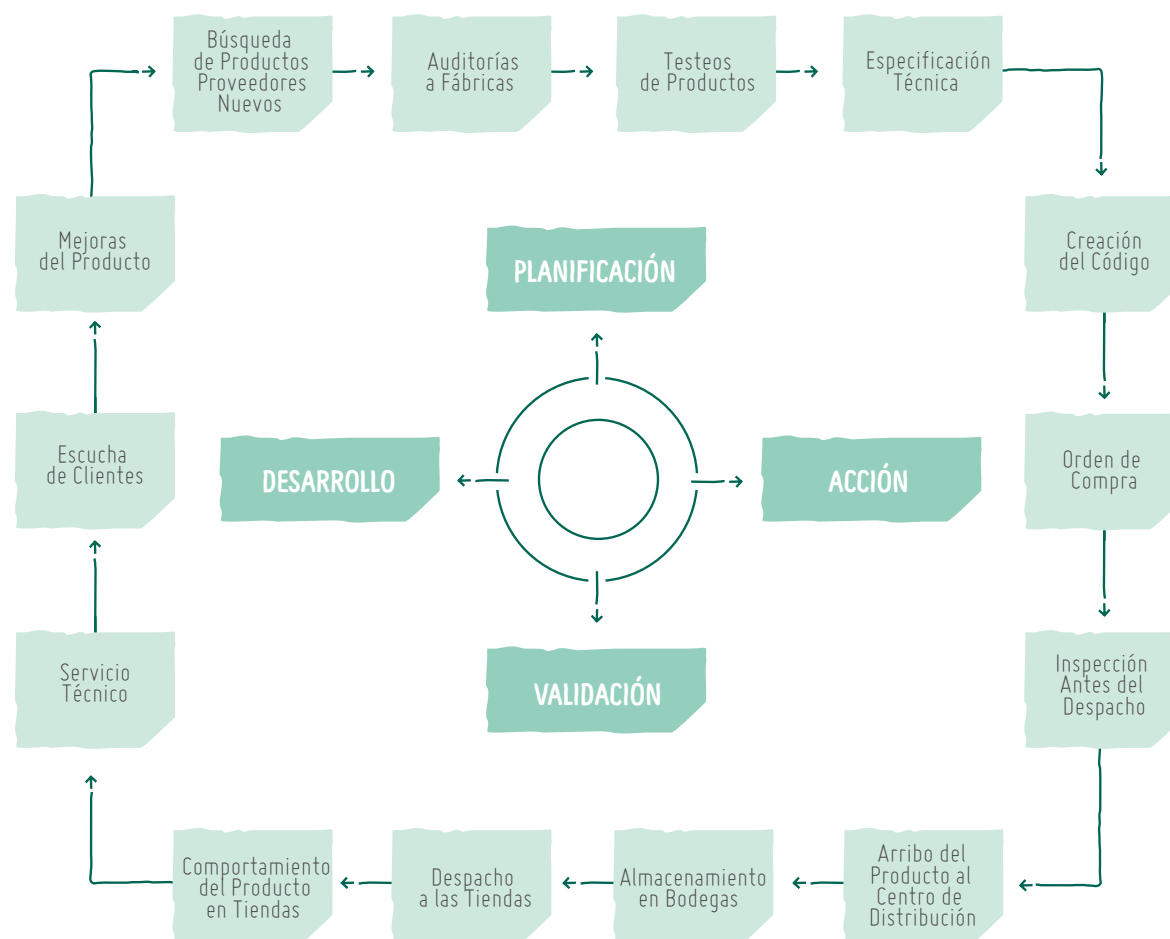
- 1 Se exige que se coloque el país de fabricación. No siendo necesariamente la declaración del país de cada componente del producto.
- 2 Se indica que coloquen si hay una sustancia relevante que puedan generar algún tipo de impacto ambiental o en la salud del cliente, pero no se tiene especificado alguna relación de sustancias.
- 3 Se exige que mediante advertencias, avisos, informativo, símbolos o pictogramas, se indique sobre el uso seguro del producto.
- 4 Se exige que se incluyan las indicaciones sobre la disposición final del producto.

En el 2017 no hemos tenido casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.

6.2 CALIDAD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

(GRI 417 marketing y etiquetado) (GRI 417-1) (GRI 417-3) (GRI 416-1)
(GRI 416-salud y seguridad de los clientes)

Sodimac Perú realiza una gestión de control de calidad de productos desde su incorporación hasta la post venta, velando por la seguridad y confianza de los clientes, asegurando también el inventario en almacenes y tiendas. La empresa busca cumplir con estándares nacionales e internacionales definidos para proveedores y productos, trabajando con empresas de servicios y entidades especializadas en evaluación, certificación y regulación, para asegurar el cumplimiento de los plazos y procedimientos establecidos por la empresa. En 2017 se buscó profundizar los análisis, testeos, certificaciones y revisión de fábricas en origen de las importaciones efectuadas por Sodimac Perú (China, Vietnam, Ucrania), con el fin de lograr un proceso más fluido y de control.



Inspecciones internacionales y nacionales

Tras la selección de productos y el contacto con potenciales proveedores extranjeros en ferias internacionales, Sodimac visita sus instalaciones para constatar su capacidad y solvencia. Luego, somete la mercadería contratada a estrictos controles de calidad por parte de empresas internacionales especializadas. Las inspecciones realizadas consideran las especificaciones técnicas, los componentes y características funcionales de los productos, analizando cada punto requerido por Control de Calidad. Se verifica el producto en su totalidad, examinando que la fabricación se ciña fielmente a las especificaciones solicitadas y cumpla con las exigencias en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

Testeos de productos

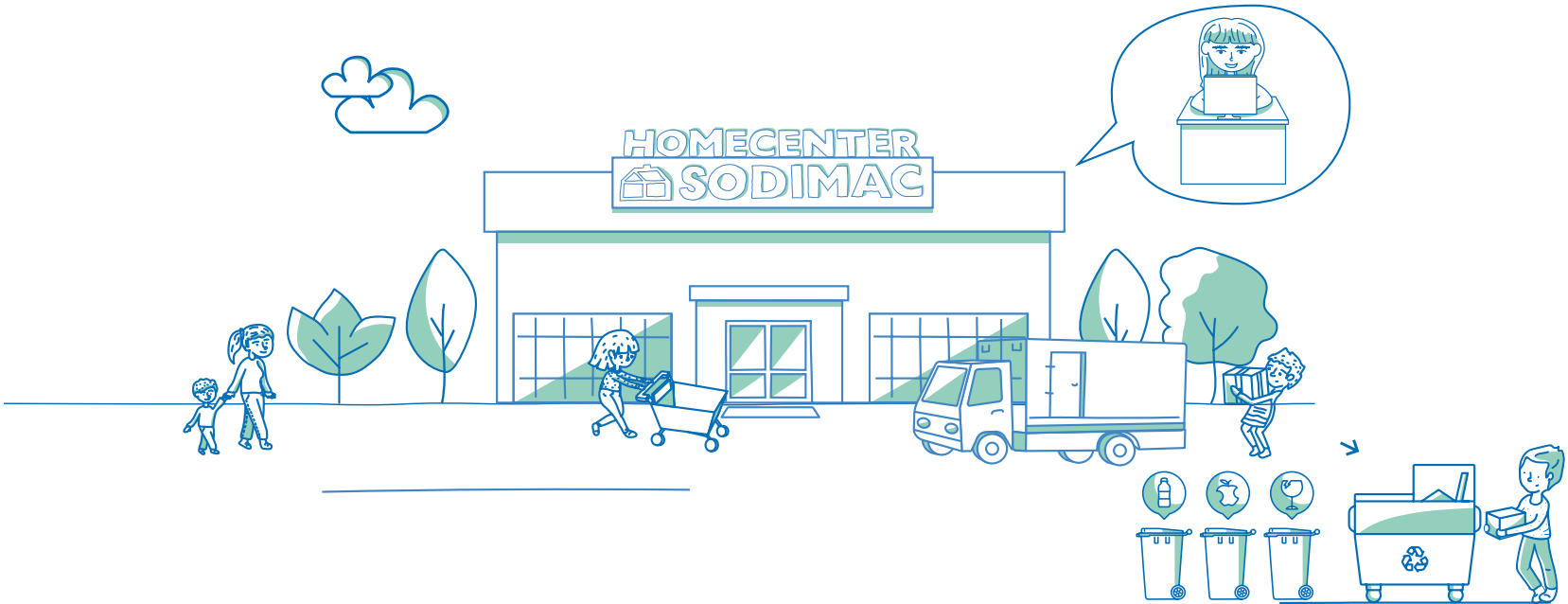
Para verificar la seguridad y usabilidad de la mercadería, el área de Control de Calidad contrata los servicios de laboratorios nacionales y extranjeros, con especial énfasis en los productos eléctricos y de mobiliario. Sodimac Perú igualmente incentiva que todos sus proveedores realicen testeos en laboratorios externos, para contar con dicho respaldo al momento de sumar un producto a su catálogo.

Testeos realizados en el 2017

A través de nuestro proceso de autogestión, realizamos una clasificación comercial interna (Clacom), a través de la cual solicitamos documentación para confirmar las características de la mercadería que comercializamos. Esto nos ayuda a verificar el producto y/o buscar su mejora según lo requiera.

Inicio de proceso	17 de abril 2017
Fecha de medición	17 de abril al 31 de diciembre
Clacom asignadas (al proceso de V°B° de control de calidad)	193 CLACOM
SKU1 creados	10,539
SKU c/ req. de aprobación por control de calidad	179
SKU aprobados por control de calidad	179
% SKU aprobados vs SKU creados	1.69%

(1) SKU: *Stock keeping unit*.





6.3 PRIVACIDAD DE DATOS DE LOS CLIENTES

(GRI 418-privacidad de los clientes) (GRI 418-1)

Contamos con una Política de protección de datos personales, publicada en nuestra página web, a través de la cual Sodimac Perú se compromete a respetar los principios rectores establecidos en la normativa de protección de datos personales vigente. Estos principios son: el principio de legalidad, el principio de consentimiento, el principio de finalidad, el principio de proporcionalidad, el principio de calidad, el principio de seguridad, el principio de disposición de recurso y el principio de nivel de protección adecuado.

En el 2017 no se registraron incidentes, reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

6.4 INNOVACIÓN

Durante el 2017, Sodimac Perú mantuvo su posición de marca líder en Perú dentro del segmento mejoramiento del hogar, incluyendo cada uno de los *targets* (personas naturales, público especialista y compras por internet).

En este aspecto, el esfuerzo se concentró en brindar una propuesta de valor cuyo eje se sostiene en el marketing de experiencias. Ello, con campañas diferenciadoras, destacando en tal sentido “Carretera Sodimac”, por el uso de realidad virtual en piezas publicitarias que muestran a Sodimac Perú como una marca innovadora. Esta campaña recibió múltiples reconocimientos, incluyendo tres Leones en el Festival Internacional de Publicidad de Cannes.



7 NUESTRA COMUNIDAD



Objetivos de Desarrollo Sostenible vinculados:



Fin de la pobreza.



Salud y Bienestar.



Ciudades y comunidades sostenibles: buscar la mejora y accesos básicos de las comunidades, urbanizaciones y ciudades inclusivas.



Alianza para lograr objetivos.

(GRI 413 comunidades locales) (GRI 413-1)

Buscamos que nuestras acciones impacten positivamente en nuestra comunidad y el mejoramiento de su calidad de vida. Además, apuntamos a construir una relación mutuamente beneficiosa y directa, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.

Nuestra estrategia de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad en Sodimac Perú, está basada en mejorar la calidad de vida y desarrollar las comunidades donde se ubican nuestras tiendas.

Para lograr un aporte considerable involucramos a nuestros(as) asesores(as) en campañas sociales, que promueven en ellos ser buenos ciudadanos y entender la relevancia que tiene para la empresa el bienestar de las personas que son parte del entorno.

Reconocemos que aún hay mucho por aprender, por eso seguimos trabajando en fortalecer capacidades internas para construir relaciones con la comunidad basadas en el diálogo y la colaboración, que ofrezcan a personas y empresas mayores posibilidades de éxito y permanencia.

Planteamos una metodología simple como modelo de relacionamiento con la comunidad, a fin de determinar las necesidades de la población beneficiaria:

- Identificar y entender necesidades, recursos y compromisos del negocio con la comunidad.
- Analizar y planear los riesgos y oportunidades para el diseño de estrategias, programas y acciones de relacionamiento comunitario.
- Actuar, escuchar y construir en conjunto con la comunidad para establecer compromisos y ejecutar programas y acciones de interés común.
- Evaluar y medir los niveles de impacto y progreso de las iniciativas y acciones de la gestión comunitaria.
- Aprender y mejorar, es importante identificar áreas de oportunidad, mejores prácticas e intercambio de aprendizajes.
- Con el objetivo de enfocar mejor nuestros esfuerzos, apoyamos iniciativas relacionadas con la salud, educación, desarrollo local, medio ambiente y emprendimiento.

Durante el 2017 no se han presentado reclamaciones sobre impactos sociales.



Actividades realizadas en el 2017

7.1 TODOS SOMOS UNA SOLA FUERZA

En los primeros meses del año, el norte de nuestro país tuvo que enfrentarse con los efectos de la naturaleza: el fenómeno del niño costero. A pesar de los hechos, fue un evento que unió a nuestros país, ciudadanos, empresas y gobierno. Pusimos de manifiesto nuestro espíritu solidario, apoyando a nuestros hermanos del norte del país con la difícil coyuntura de los fenómenos climatológicos que azotaron la costa peruana.

Como empresa activamos nuestro plan de contingencia frente a las emergencias, con dos objetivos principales

- Contribuir en la disminución del impacto del fenómeno de causa natural por lluvias en el bienestar de nuestros asesores, asesoras y sus familias, así como a la comunidad.
- Generar capacidad de respuesta organizada y planificada tanto en los asesores y asesoras como en las comunidades donde se ubican las tiendas de Sodimac Perú.

Gracias a nuestra oportuna reacción brindamos nuestro apoyo con donaciones, kits básicos, permisos para los(las) asesores(as) de las tiendas afectadas y facilitamos préstamos de emergencia para ayudar en la reconstrucción de los más perjudicados.

Designamos personal clave en todas nuestras tiendas: equipos de 15 asesores(as) encargados(as) de brindar soporte en la apertura y cierre en caso de emergencia y grupos de comunicación permanente para hacer seguimiento a nivel nacional en paralelo con la corporación Falabella a fin de actuar de manera alineada, ordenada y eficiente.

Contamos con un protocolo de emergencia que se activa apenas identificamos la tienda en zona de desastre; este consta de:

- Entrega de ponchos, botas y repelentes para todos los(las) asesores(as); flexibilidad en la marcación, licencias y permisos a quien se encuentre con problemas de traslado y vivienda, llegando incluso a facilitar movilidad y hospedaje en casos de extrema necesidad, los cuales son monitoreados a través de visitas domiciliarias para analizar el nivel de ayuda requerida, analizando incluso la necesidad de otorgar apoyo económico.
- Una vez activado el protocolo de emergencia nuestras tiendas afectadas reciben talleres preventivos sobre enfermedades derivadas del desastre, son fumigadas semanalmente y llevamos el control respectivo a fin de asegurar una provisión de agua y víveres básicos.



A nivel de donaciones y voluntariado, entregamos materiales de construcción, higiene, víveres, repelentes y material informativo a la comunidad de La Encalada (San Juan de Lurigancho – Chosica) y en las provincias de Chiclayo, Piura y Huarmey, impactando en cientos de familias.

Realizamos talleres de prevención secundaria y activamos colectas internas de víveres y dinero de asesores(as) de Lima y otras provincias y de Sodimac de otros países, llegando a recaudar más de S/150 000 que se usaron para seguir ayudando a los asesores y asesoras y a la comunidad. Activamos nuestros tres puntos de acopio en tiendas de Lima a fin de direccionar desde ahí la ayuda de clientes y asesore (a)s a través de la organización **TECHO**. Verificamos el estado de los colegios **FE Y ALEGRÍA** a fin de enviar ayuda a las sedes afectadas.

A nivel de comunicación interna difundimos nuestras colectas y la ubicación de centros de acopio internos y externos para maximizar el alcance de la ayuda enviada y publicamos en nuestros murales digitales de trastienda tips de ayuda para emergencias; al igual que externamente, mediante nuestras redes sociales.

Se suspendió en ese periodo **NUESTRAS PAUTAS PUBLICITARIAS** en televisión, radio y prensa, utilizando el presupuesto asignado a ello para realizar donaciones en favor de las zonas más afectadas, a través de **TECHO** y los Ministerios de Producción y Cultura, logrando construir viviendas de emergencia y módulos de educación en Catacaos, esto nos permitió ayudar a más de 200 familias.

Todos y cada uno de los que trabajamos en Sodimac Perú no solo compartimos un compromiso con ayudar a construir sueños y proyectos de hogar para todo el Perú, sino también una genuina preocupación por nuestros(as) asesores(as), clientes, proveedores y las comunidades que nos albergan en sus ciudades. Compromiso que no dudamos en poner de manifiesto en ayuda a nuestros hermanos a salir adelante y superar la adversidad como **UNA SOLA FUERZA**.





Voluntariado en emergencias y TECHO

Creemos firmemente que el trabajo conjunto y la unión de voluntades genera resultados y en estas fechas se pudo ver reflejado con nuestros asesores y asesoras quienes asistieron y ayudaron activamente a las zonas afectadas en Lima y provincias.

Más de 100 voluntarios visitamos las provincias de Chiclayo, Trujillo y Piura en donde en conjunto con la ONG TECHO limpiamos las zonas destruidas por los huaycos, entregamos donaciones de alimentos y materiales de construcción y capacitamos a las familias afectadas por los huaicos del fenómeno del niño costero.

Creemos que el trabajo en equipo supera los límites y en alianza con el Ministerio de Educación y TECHO construimos módulos de educación en la ciudad de Catacaos, zona más afectada por este fenómeno climático. Asimismo, hicimos entrega de los víveres que nuestros asesores y asesoras recolectaron para seguir ayudando a la comunidad.

Nuestros voluntarios saben que este es el inicio de un gran camino y se encuentran preparados y con compromiso para seguir ayudando y reconstruir nuestro país.

WASI

Es un programa de Sodimac Perú que nació con el fin de realizar diferentes acciones para apoyar a aquellas familias que lo perdieron todo a causa de el niño costero.

El programa se constituyó después de varias reuniones de coordinación con la comunidad local de Cura Mori y otras localidades de Piura, Municipalidad Cura Mori, Indeci, Ministerio Vivienda, así como la ONG *Habitat for Humanity*.

Es un programa de capacitación y construcción de hogares, el cual viene realizándose desde Junio del 2017. En la primera etapa, se atendieron las necesidades básicas en la emergencia con kits de higiene personal y básica a una comunidad de más de 8,000 damnificados ubicados en 14 campamentos. En la segunda etapa, se implementó una Escuela de Capacitación, en la que se dictaron talleres cuyos contenidos abordaron temas de higiene, manejo de residuos y plan de construcción segura y responsable. En la tercera etapa, se brindaron talleres de emprendimiento y empleabilidad para que los graduados puedan contar con herramientas para reinsertarse en el mercado laboral. Además, la empresa promoverá en la localidad de Cura Mori el desarrollo de una comunidad sostenible.

Se puede conocer más del programa en el siguiente link:

<http://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/content/a1150001/Wasi>

7.2 CLUB DE VOLUNTARIOS

(GRI 413-1)



Tenemos un compromiso con la comunidad, incentivamos la participación de todos(as) nuestros(as) asesores(as) en nuestros programas de voluntariado de los colegios Fe y Alegría y TECHO-Construyendo sueños. Construimos lazos de cercanía y esperanza con nuestra comunidad, compartiendo nuestra experiencia y enseñando el cambio con nuestros talleres de reciclaje. A través de nuestro club de voluntarios llegamos a diferentes actividades con nuestros socios estratégicos: TECHO, Fe y Alegría. Asimismo, con el apoyo del comité de sostenibilidad que existe en cada tienda, nos organizamos para desarrollar los voluntariados enfocados en las necesidades que se presentan en la comunidad, aportando desde nuestro expertise.

Tenemos como fin no solo ayudar a la comunidad, sino poder desarrollar de manera integral como personas y sus habilidades a nuestros(as) voluntarios(as). Parte del beneficio de pertenecer a Club de Voluntarios es que pueden recibir talleres de liderazgo, comunicación, habilidades sociales, etc. Tenemos más de 1000 voluntarios activos y preparados para seguir generando sinergia y ayuda a nuestras comunidades.





TECHO

Nuestra alianza parte desde el año 2012, el objetivo de TECHO y Sodimac Perú es superar la situación de pobreza en que viven miles de peruanos en los asentamientos humanos, buscamos lograrlo a través de diversas estrategias, tales como talleres de oficio, construcción de viviendas de emergencia, venta de producto solidarios, entre otras.

Nos comprometemos con la organización por medio de nuestras cajas, donde se ubicaron alcancías con la finalidad que el cliente pueda colocar en ellas sus donativos. Así mismo contamos con nuestro programa “Cajero Solidario”, en el cual capacitamos a nuestros(as) asesores(as) de caja con el objetivo que puedan motivar a los clientes a colaborar por medio de la donación de vueltos y donación directas. Durante el año se recaudó más de S/. 17,000.

Como parte de nuestras iniciativas de aporte, nos unimos a la campaña PRECIO TECHO, la cual consta en la venta de productos en tienda, que colaboren finalmente con un porcentaje de la utilidad a la organización. Es por ello que junto a nuestro proveedor Schneider, pusimos a la venta el “Producto Aliado Techo” donde se vendieron canaletas e interruptores, finalmente se entregó S/. 9,285.00 soles como resultado de esta campaña, incrementando el monto de donación a diferencia del año 2016.

La empresa organiza durante el año 3 construcciones mediante el programa “Construyendo Sueños”, en el que motivamos el voluntariado de nuestros(as) asesores(as) de las tiendas ubicadas en Lima, quienes en su afán de colaborar participan de todo un día de construcción de casas de emergencia para familias que se encuentran en situaciones de pobreza y necesidad.

En el 2017, Sodimac Perú hizo entrega a TECHO de materiales de construcción valorizados en S/150,000.00, con la finalidad de continuar aportando con el programa de voluntariado.

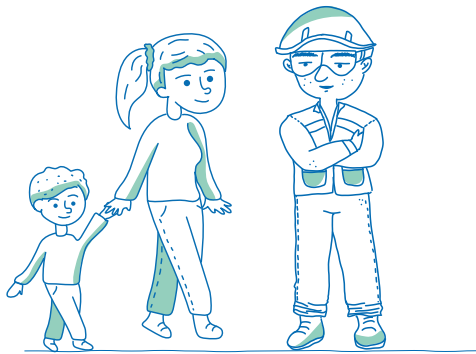
Año	Viviendas Construidas	Familias Beneficiadas	Nro. Voluntarios	Horas Voluntariado
2016	15	15	162 asesores(as)	1620 horas
2017 (Semestre-I)	15	15	210 asesores(as)	2100 horas

En el año 2017, mantuvimos la meta de construcción de 15 viviendas y logramos tener un mayor número de voluntarios y voluntarias, esto se debe a la participación activa de nuestros líderes en cada tienda y oficina, así como el dinamismo de nuestros(as) asesores(as) de comunicación y sostenibilidad (A.C.S), quienes conforman nuestro comité interno dentro de las tiendas, y son nuestros voceros y mejores aliados para transmitir nuestra cultura y acciones del negocio.

Sabemos que no solamente proveer viviendas puede no ser suficiente para mejorar la calidad de vida y la economía de estas familias, es por ello por lo que desarrollamos el programa “Taller de Oficio” el cual tiene como objetivo poder brindar nuevos conocimientos a la comunidad, con el fin de capacitarlos y generar empleabilidad. Durante el 2017 desarrollamos dos talleres en agosto y septiembre, dictados a las comunidades de Santa Rosa, en Pachacamac y Cerro Puquio en San Juan de Miraflores — Lima.

Los talleres teórico — prácticos fueron dictados por asesores(as) de tienda, especialistas en el rubro. En dichas oportunidades se dictó los talleres de “Preparación de superficie” e “Instalaciones Eléctricas Seguras”. Estas iniciativas, nos permiten compartir conocimientos útiles y empleabilidad de las personas de las comunidades con las que trabajamos.

Asimismo, en paralelo a la realización de los talleres de oficio se desarrollaron talleres para niños y niñas de la comunidad, llamado “Manitos a la Obra”, donde asesores(as) realizaron manualidades con material reciclado y un taller de yoga y dibujo, con la finalidad de incentivar en ellos el cuidado del medio ambiente y estimular la imaginación.



Talleres	Nro. de adultos capacitados	Nro. de niños capacitados
2016	60	43
2017	30	35





Haciendo Escuela con Fe y Alegría

Parte de nuestros compromisos desde los inicios de Sodimac Perú dirigido a la educación, es el programa **“Haciendo Escuela”**, con el cual buscamos aportar mediante, donaciones y trabajo sostenido de nuestros(as) asesores(as) voluntarios(as), en los colegios Fe y Alegría.

Como parte de nuestro compromiso con la continuación y mejoramiento de la educación, donamos más de US\$ 49, 000 que permite el mejoramiento de la implementación de la infraestructura de los colegios Fe y Alegría, gracias a ello, el colegio Nro. 76 Fe y Alegría cuenta con primero y segundo de secundaria.

En Sodimac Perú desarrollamos un trabajo de voluntariado, del cual participan todos(as) nuestros(as) asesores(as), con los cuales hemos realizado más de 5,000 horas de voluntariado, tanto en Lima como en provincias. Estas actividades son organizadas y realizadas por los(las) asesores(as) de cada una de las tiendas, con el apoyo del Comité de Sostenibilidad: ACS (asesores(as) de comunicación y sostenibilidad), quienes se comprometen con cada centro educativo para brindar talleres de manualidades con material reciclado, talleres de oficio para padres, talleres de equidad, shows infantiles y donaciones de materiales, así como la donación del talento de nuestros(as) asesores(as).

Lo que buscamos es identificar y relacionar a nuestros(as) asesores(as) con su comunidad, que se sientan parte del cambio que buscamos todos(as) los(as) peruanos(as) para nuestro país. Asimismo, dentro de nuestros talleres de capacitación para los padres e hijos(as) realizamos nuestro Taller de Equidad con el fin de facilitar el reconocimiento de sus paradigmas, la identificación de sus sesgos inconscientes y el cuestionamiento de sus estereotipos, como parte del programa de capacitaciones y talleres denominado “Ruta de la Equidad”, que es una de las iniciativas clave que conforman nuestro Programa de Equidad, Diversidad y Prevención de la Violencia.





7.3 OTRAS ACTIVIDADES

(GRI 413-1)

Concentramos nuestro compromiso en brindar una propuesta de valor diferente apostando por una estrategia cuyo eje se sostiene en el marketing de experiencias. Con campañas innovadoras reconocidas a nivel internacional como Carretera Sodimac, por hacer uso de la tecnología de realidad virtual con los copilotos que transitaban por la Panamericana Sur camino al sur de Lima.

Compromisos 2018

- Seguimiento de las comunidades afectadas en Piura.
- Activación del programa ante emergencias



8 NUESTRO AMBIENTE



Objetivos de Desarrollo Sostenible vinculados:



Energía renovable y no contaminante.



Producción y consumo responsable: uso de eficiente de los recursos, energía y evaluar el ciclo del producto.



Acción por el clima: Tomar medidas para combatir el cambio climático y sus efectos.

8.1 GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

(GRI 102-11) (GRI 302-1) (GRI 302-3) (GRI 302-4) (GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3) (GRI 305-4) (GRI 306-2) (GRI 306 efluentes y residuos)

En Sodimac Perú promovemos la protección y el cuidado medioambiental, llevando a cabo estrategias y acciones para:

- Prevenir, minimizar, mitigar y compensar los riesgos e impactos que se derivan de la operación
- Contribuir a la conservación de un entorno amigable con el planeta.

Trabajando de manera continua en el mejoramiento de nuestro sistema de gestión ambiental, la promoción del consumo responsable, compensando la huella de carbono generada por nuestra operación y desarrollando actividades dirigidas a crear conciencia en nuestros asesores, asesoras y clientes.

Tenemos nuestra Política ambiental, que nos brinda lineamientos.

A través de alianzas, Sodimac Perú potencia sus esfuerzos en materia de sostenibilidad, protección del medioambiente y mitigación de sus emisiones:

- *World Wildlife Fund* (WWF Perú).
- Sociedad Peruana Derecho Ambiental (SPDA).
- Iniciativa Hazla Por tu Playa.
- Libelula.
- Ministerio del ambiente.
- Reciamancaes y Ecotrash

Compromisos 2018

- Evaluar el desempeño ambiental de la empresa.
- Tomar decisiones adecuadas para reducir impactos ambientales, con actividades que pueden traducirse a su vez en un ahorro de costos.
- Fijar metas para mejorar el desempeño ambiental a lo largo del tiempo.
- Implementar programas de eficiencia energética.
- Compromiso con el cambio climático.
- Generar campañas de concientización y cambios de estilo de consumo en nuestros clientes (ecotienda).
- Renovación de reciclaje interno usando una aplicación móvil (app).
- Reducción de bolsas en nuestras tiendas Lima y a nivel nacional.



8.2 CONSUMO DE ENERGÍA

En Sodimac Perú, se consume energía:

- **Primaria:** combustible utilizado para el funcionamiento de vehículos, montacargas y grupos electrógenos de emergencia.
- **Indirecta:** energía eléctrica, cuyo origen proviene en su totalidad de la Red del Sistema de Energía Interconectado Nacional. Para el año 2017, la energía eléctrica consumida fue 56,62% de producción hidráulica, el 40,61% termoeléctrica (considera gas natural, diésel, residual y carbón), el 2,17% eólica y 0,59% solar⁶

CONSUMO DE COMBUSTIBLES		
Tipo de combustible	2017	
	Consumo en galones	Consumo en Megajoules
Gas Licuado de Petróleo (GLP)	101,013.59	820,241.40
Petróleo Diésel	5,890.00	10,443,795.07
TOTAL		11,264,036.47



Iniciativas para el ahorro de combustibles:

- Se siguió el rediseño de las rutas de transporte de productos del almacén a tienda.

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA				
Ubicación	2016		2017	
	Consumo en kWh	Consumo en Megajoules	Consumo en kWh	Consumo en Megajoules
Oficina de Apoyo	472,901.95	1,702,447.02	512,092.53	1,843,533.108
Almacén Central	1,770,041.76	6,372,150.336	2,935,627.86	10,568,260.296
Tiendas Sodimac	39,315,512.70	141,535,845.72	39,569,392.29	142,449,812.244
TOTAL	41,558,456.41	149,610,443.076	43,017,112.68	154,861,605.648

⁶ Fuente: www.coes.org.pe, Estadísticas anuales 2017, producción de electricidad, por tipo de generación.

INTENSIDAD DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA		
	2016	2017
kW. h/m2 — año	155.519245	142,753
MegaJoule/m2-año	559.87	513.91
m2	267,223.88	301,338.97
KWh	41,558,456.41	43,017,112.68

Si bien observamos que en términos absolutos hay un incremento de energía eléctrica del 2016 al 2017, esto se debe al incremento de superficie de tienda. En términos de desempeño (intensidad eléctrica, se observa una reducción del consumo de energía eléctrica.

Se generaron las siguientes iniciativas de ahorro de energía eléctrica:

- Se mantuvo el sistema de encendido y apagado automático de las luminarias y equipos.
- Se implementó iluminación led de 5 tiendas (San Miguel, Javier Prado, Jockey Plaza, Megaplaza y Angamos).
- Implementación de un piloto de medición de energía eléctrica y gas refrigerante en una de las tiendas de Lima para implementar acciones de reducción de estos recursos.

Con estas medidas, la empresa procura hacer un uso eficiente de los recursos y disminuir los impactos medioambientales de su operación, teniendo como objetivo generar conciencia e incentivar prácticas de cuidado ambiental no solo al interior de la empresa, sino entre clientes y comunidad.

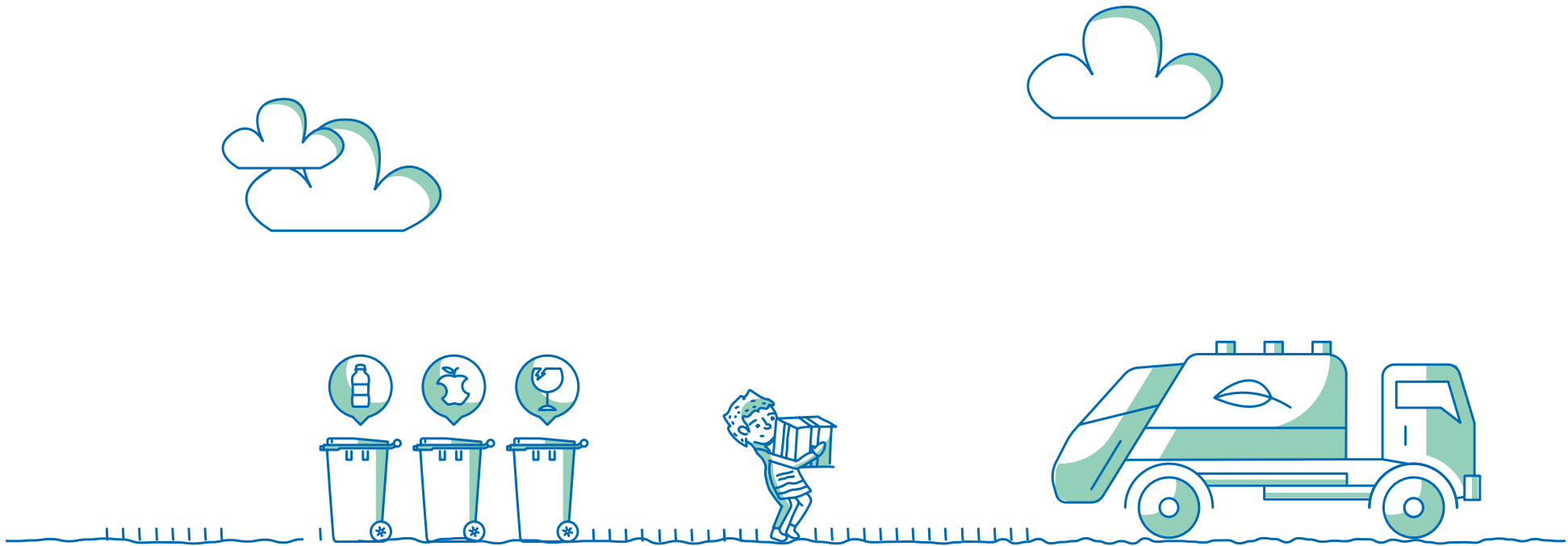
La hora del planeta

Por tercer año consecutivo nos unimos al evento mundial impulsado por el *World Wide Fund for Nature* (WWF), la Hora del Planeta, que consiste en incentivar al público en general y a las empresas socialmente responsables, al apagado voluntario de las luminarias y aparatos electrónicos. En esta oportunidad Sodimac Perú realiza el apagado total de las luces de la fachada de sus tiendas, así como la reducción de la energía interna a un 50%.

Con un equivalente de ahorro aproximado de más de 6800 kWh, que equivale a la energía necesaria para iluminar más de 2,100 hogares con 10 focos ahorradores cada uno, durante una hora. Con esta iniciativa, buscamos concientizar a nuestros clientes, asesores(as) y otras empresas sobre la importancia de reducir el consumo de energía no solo durante una hora al año, sino constantemente, como un hábito en nuestro estilo de vida.

Compromiso 2018

- Continuar con la conversión de iluminación de 4 tiendas más hacia la tecnología LED.



8.3 HUELLA DE CARBONO

Sodimac Perú, consciente de los grandes retos que el mundo demanda en temas ambientales, se suma a las iniciativas internacionales de gestionar y reducir sus impactos ambientales. Es así que ha definido como una de sus actividades la ejecución del inventario de gases de efecto Invernadero (GEI) correspondiente al año 2017, conocido como la medición de la Huella de Carbono o HC, el mismo que incluye los locales en Lima: Oficina de Apoyo, 27 tiendas a nivel nacional y el Centro de distribución. Para esta medición recibimos el asesoramiento de la empresa Libélula, empresa líder en gestión de Cambio Climático y comunicación. Libélula trabajó bajo la metodología del estándar ISO 14064-I, en este sentido, se busca facilitar la verificación del cumplimiento con los requerimientos, incluyendo

los cálculos, resultados, procedimientos, niveles de actividad, factores de emisión, entre otros; así como también facilitar la publicación del inventario de GEI con la finalidad de brindar la información con transparencia para todos los grupos de interés.

La **Huella de Carbono (HC)** total de Sodimac Perú en el 2017 disminuyó con respecto al 2016 en 8.86% (1817.46 tCO₂eq) principalmente porque hubo disminución de las emisiones correspondientes a los niveles de actividad del uso de energía eléctrica (1460.40 tCO₂ eq) y de transporte de almacén a las tiendas (927.22 tCO₂ eq)

Si bien el consumo de energía eléctrica aumentó (tal como se aprecia en el siguiente cuadro), el factor de gases de efecto invernadero por la producción de energía eléctrica de Perú disminuyó en 17%, debido a que en el 2017, se incrementó la producción de energía hidroeléctrica, disminuyendo el uso de combustibles fósiles.

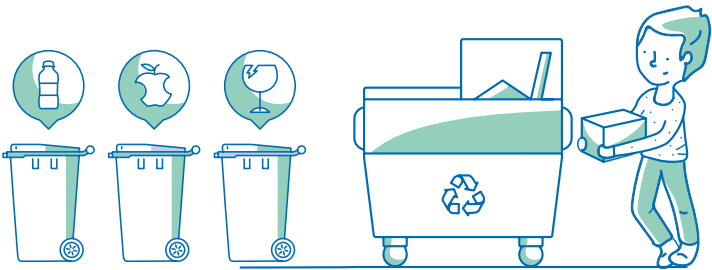


COMPARACIÓN DE LA HC TOTAL DE SODIMAC

	2016		2017		Diferencia	
Alcances	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total
Alcance 1: Emisiones directas	5.695,86	26,76%	4.808,22	24,62%	-887,64	-15,58%
Aire acondicionado	-	0,00%	-	0,00%	0,00	0,00%
Generadores eléctricos	39,32	0,18%	60,17	0,31%	20,85	53,02%
Extintores	2,89	0,01%	2,83	0,01%	-0,06	-2,15%
Transporte del almacén a las tiendas	4.937,01	23,19%	4.009,80	20,53%	-927,22	-18,78%
Montacargas	716,64	3,37%	735,43	3,77%	18,79	2,62%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	10.440,00	49,04%	8.979,61	45,99%	-1460,40	-13,99%
Emisiones por consumo de electricidad	10.440,00	49,04%	8.979,61	45,99%	-1460,40	-13,99%
Alcance 3: Emisiones indirectas	4.374,32	20,55%	4.904,89	25,12%	530,58	12,13%
Consumo de agua	85,73	0,40%	93,88	0,48%	8,16	9,51%
Consumo de papel	275,95	1,30%	331,28	1,70%	55,33	20,05%
Desplazamiento del personal al trabajo	1.717,24	8,07%	2.071,29	10,61%	354,05	20,62%
Generación de residuos	692,51	3,25%	750,65	3,84%	58,14	8,40%
Viajes terrestres nacionales	6,93	0,03%	1,06	0,01%	-5,87	-84,65%
Servicios de taxi	38,41	0,18%	32,58	0,167%	-5,83	-15,172%
Viajes en avión	507,16	2,38%	536,89	2,75%	29,73	5,86%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	1.050,39	4,93%	1.087,26	5,57%	36,87	3,51%
Total Huella de Carbono	20.510,18	96,35%	18.692,72	95,73%	-1817,46	-8,86%
Emisiones de GEI no-Kioto: Gas R-22	777,04	3,65%	834,24	4,27%	57,20	7,36%
Total de emisiones GEI	21.287,22	100,00%	19.526,96	100,00%	-1760,26	-8,27%
Huella de Carbono per cápita	3,80		3,27		-0,54	-14,15%
Huella de carbono por m2	0,08		0,06		-0,02	-22,13%
Huella de carbono por 1000 transacciones	1,69		1,58		-0,11	-6,40%



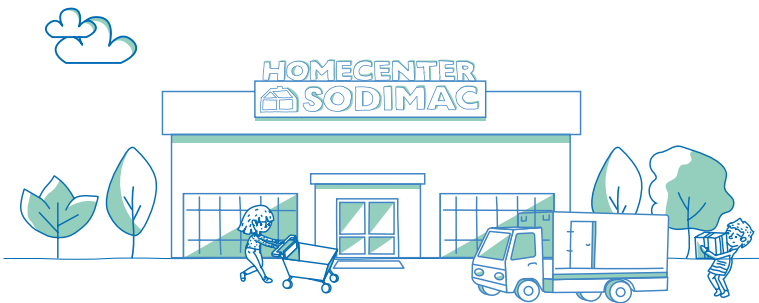
En términos de la **HC de las Tiendas Sodimac Perú**, se encontró que en el 2017 el valor disminuyó alrededor del 10% (1,440.31 tCO₂ eq) con respecto al año anterior, principalmente por la disminución de las emisiones asociadas a la energía eléctrica (1616.64 tCO₂ eq). Sin embargo, se considera importante resaltar que, a consecuencia de los cortes de energía eléctrica (especialmente) en los locales de Provincia, el consumo de diésel para generadores eléctricos incrementó considerablemente, traduciéndose en el aumento de las emisiones asociadas en un 43.60%.



COMPARACIÓN HC DE TIENDAS SODIMAC

	2016		2017		Diferencia	
Alcances	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total
Alcance 1: Emisiones directas	718,19	4,87%	761,64	5,70%	43,45	6,05%
Aire acondicionado	–	0,00%	–	0,00%	0,00	0,00%
Generadores eléctricos	37,28	0,25%	53,53	0,40%	16,25	43,60%
Extintores	2,75	0,02%	2,71	0,02%	–0,04	–1,53%
Montacargas	678,16	4,60%	705,41	5,28%	27,25	4,02%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	9.876,55	67,00%	8.259,91	61,84%	–1616,64	–16,37%
Emisiones por consumo de electricidad	9.876,55	67,00%	8.259,91	61,84%	–1616,64	–16,37%
Alcance 3: Emisiones indirectas	3.372,36	22,88%	3.505,23	26,24%	132,87	3,94%
Consumo de agua	82,25	0,56%	87,61	0,66%	5,36	6,52%
Consumo de papel	219,27	1,49%	252,79	1,89%	33,52	15,29%
Desplazamiento del personal al trabajo	1.380,75	9,37%	1.531,83	11,47%	151,08	10,94%
Generación de residuos	692,51	4,70%	632,60	4,74%	–59,92	–8,65%
Viajes terrestres nacionales	3,89	0,03%	0,28	0,00%	–3,60	–92,71%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	993,70	6,74%	1.000,12	7,49%	6,42	0,65%
Total Huella de Carbono	13.967,09	94,75%	12.526,78	93,78%	–1440,31	–10,31%
Emisiones de GEI no-Kioto: Gas R-22	773,52	5,25%	830,72	6,22%	57,20	7,39%
Total de emisiones GEI	14.740,61	100,00%	13.357,50	100,00%	–1383,11	–9,38%
Huella de Carbono per cápita	2,90		2,57		–0,34	–11,58%
Huella de carbono por m2	0,06		0,04		–0,01	–20,71%
Huella de carbono por 1000 transacciones	1,15		1,06		–0,09	–7,90%

La **HC 2017 de la Oficina de Apoyo (Surquillo)** ha incrementado su valor en 7.17% (70.41 tCO₂ eq) con respecto al 2016. Dicho aumento se explica por el incremento emisiones de viajes en avión (en 5.86%, 29.73 tCO₂ eq) y desplazamiento del personal a su centro de trabajo (en 15.06%, 39.14 tCO₂ eq). Asimismo, las emisiones relacionadas con el consumo de papel crecieron en 36.20% (14.90 tCO₂ eq).

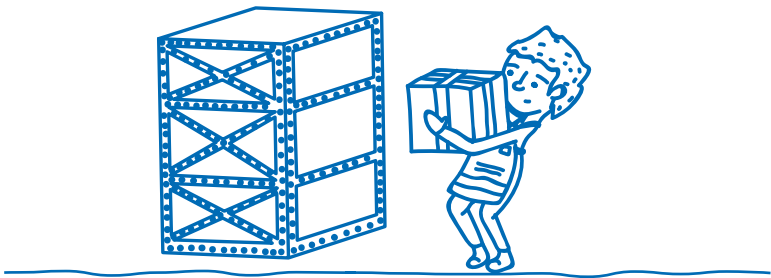


COMPARACIÓN HC DE OFICINA DE APOYO

	2016		2017		Diferencia	
Alcances	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total
Alcance 1: Emisiones directas	0,05	0,01%	1,57	0,15%	1,52	3044,57%
Aire acondicionado	–	0,00%	–	0,00%	0,00	0,00%
Generadores eléctricos	–	0,00%	1,53	0,15%	1,53	100,00%
Extintores	0,05	0,01%	0,04	0,00%	–0,01	–20,00%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	118,80	12,09%	106,90	10,15%	–11,90	–10,02%
Emisiones por consumo de electricidad	118,80	12,09%	106,90	10,15%	–11,90	–10,02%
Alcance 3: Emisiones indirectas	863,83	87,91%	944,62	89,70%	80,79	9,35%
Consumo de agua	2,16	0,22%	6,28	0,60%	4,12	190,78%
Consumo de papel	41,16	4,19%	56,06	5,32%	14,90	36,20%
Desplazamiento del personal al trabajo	259,94	26,45%	299,09	28,40%	39,14	15,06%
Generación de residuos	–	0,00%	–	0,00%	0,00	0,00%
Viajes terrestres nacionales	3,05	0,31%	0,78	0,07%	–2,27	–74,38%
Servicios de taxi	38,41	3,91%	32,58	3,09%	–5,83	–15,17%
Viajes en avión	507,16	51,61%	536,89	50,98%	29,73	5,86%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	11,95	1,22%	12,94	1,23%	0,99	8,29%
Total Huella de Carbono	982,68	100,00%	1.053,09	100,00%	70,41	7,17%
Emisiones de GEI no-Kioto: Gas R-22	–	0,00%	–	0,00%	0,00	0,00%
Total de emisiones GEI	982,68	100,00%	1.053,09	100,00%	70,41	7,17%
Huella de Carbono per cápita	1,82		1,93		0,11	6,14%
Huella de carbono por m2	0,32		0,15		–0,18	–55,13%

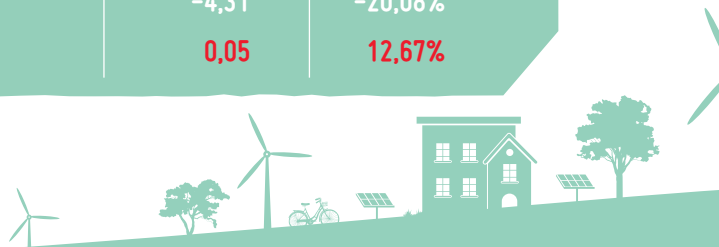


La **HC del Almacén Central**, por su parte, muestra en el 2017 una disminución en 8.05% (447.56 tCO₂ eq) . Aunque las emisiones GEI de muchos de los niveles de actividad aumentaron con respecto al año anterior (por ejemplo, consumo de energía eléctrica, generación de residuos y desplazamiento del personal a su centro de trabajo) durante el presente año de estudio, el balance general resulta negativo debido a que su principal fuente de emisiones (alrededor de 75% del valor total de la HC), el transporte de productos hacia las Tiendas, disminuyó en 18. 78% o 927.22 tCO₂ eq.



COMPARACIÓN HC DE ALMACÉN CENTRAL

	2016		2017		Diferencia	
Alcances	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total	t CO2 eq	% del Total
Alcance 1: Emisiones directas	4.977,63	89,46%	4.045,01	79,06%	-932,62	-18,74%
Aire acondicionado	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Generadores eléctricos	2,04	0,04%	5,11	0,10%	3,06	150,00%
Extintores	0,09	0,00%	0,08	0,00%	-0,01	-11,11%
Transporte del almacén a las tiendas	4.937,01	88,73%	4.009,80	78,37%	-927,22	-18,78%
Montacargas	38,48	0,69%	30,02	0,59%	-8,45	-21,97%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	444,66	7,99%	612,80	11,98%	168,14	37,81%
Emisiones por consumo de electricidad	444,66	7,99%	612,80	11,98%	168,14	37,81%
Alcance 3: Emisiones indirectas	138,13	2,48%	455,05	8,89%	316,92	229,44%
Consumo de agua	1,32	0,02%	-	0,00%	-1,32	-100,00%
Consumo de papel	15,52	0,28%	22,43	0,44%	6,91	44,51%
Desplazamiento del personal al trabajo	76,55	1,38%	240,37	4,70%	163,82	214,01%
Generación de residuos	-	0,00%	118,05	2,31%	118,05	100%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	44,74	0,80%	74,20	1,45%	29,46	65,85%
Total Huella de Carbono	5.560,41	99,94%	5.112,85	99,93%	-447,56	-8,05%
Emisiones de GEI no-Kioto: Gas R-22	3,52	0,06%	3,52	0,07%	-	0,00%
Total de emisiones GEI	5.563,93	100,00%	5.116,37	100,00%	-447,56	-8,04%
Huella de Carbono per cápita	21,47		17,16		-4,31	-20,08%
Huella de carbono por m2	0,36		0,41		0,05	12,67%



Fuentes de Medición

• Alcance 1.

Emisiones directas de GEI: Aquellas emisiones de GEI de fuentes que pertenecen a la empresa o que son controladas por ella. Las emisiones directas generalmente son el resultado de actividades como generación de electricidad, combustible para grupos electrógenos, gases refrigerantes de los equipos de aire acondicionado, consumo de GLP para los vehículos montacargas, recargas de extintores y en el transporte de productos del almacén a las tiendas.

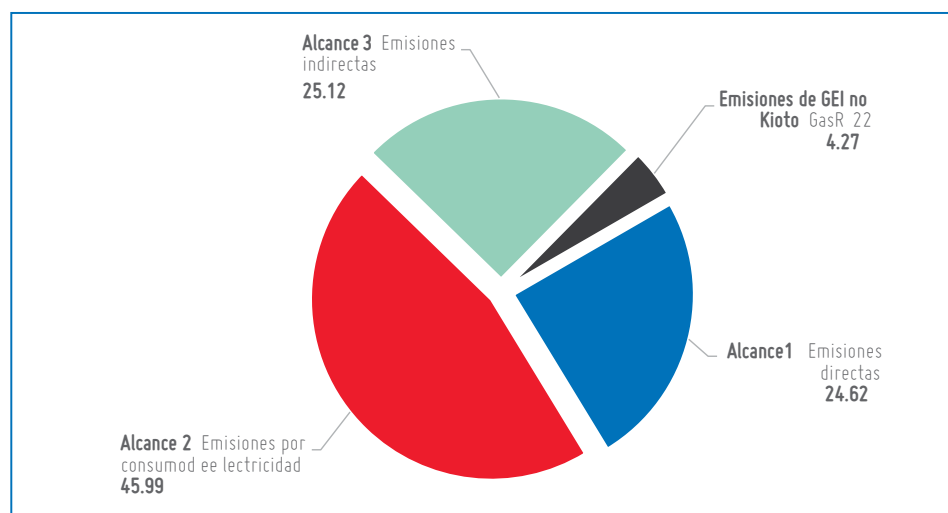
• Alcance 2.

Emisiones indirectas de GEI: Las emisiones indirectas son aquellas generadas por la electricidad comprada, la cual es consumida en los equipos que le pertenecen o que son controlados por la empresa; básicamente el consumo de energía.

• Alcance 3.

Otras emisiones indirectas de GEI: Son las emisiones que se producen como consecuencia de las actividades de la empresa, pero que se originan en fuentes de GEI que pertenecen o son controladas por otras organizaciones, como: desplazamiento de los(as) asesores(as) desde sus hogares hacia las oficinas y viceversa, desplazamiento de los(as) asesores(as) en avión para asuntos laborales, viajes terrestres nacionales de los(as) asesores(as) para asuntos laborales, consumo de papel bond, papel de oficina (folletos, revistas, manuales, etc.) y papel higiénico y papel toalla y provenientes de los residuos sólidos generados en las unidades operativas, desplazamiento de los(as) asesores(as) en taxis pagados por la empresa, consumo y agua.

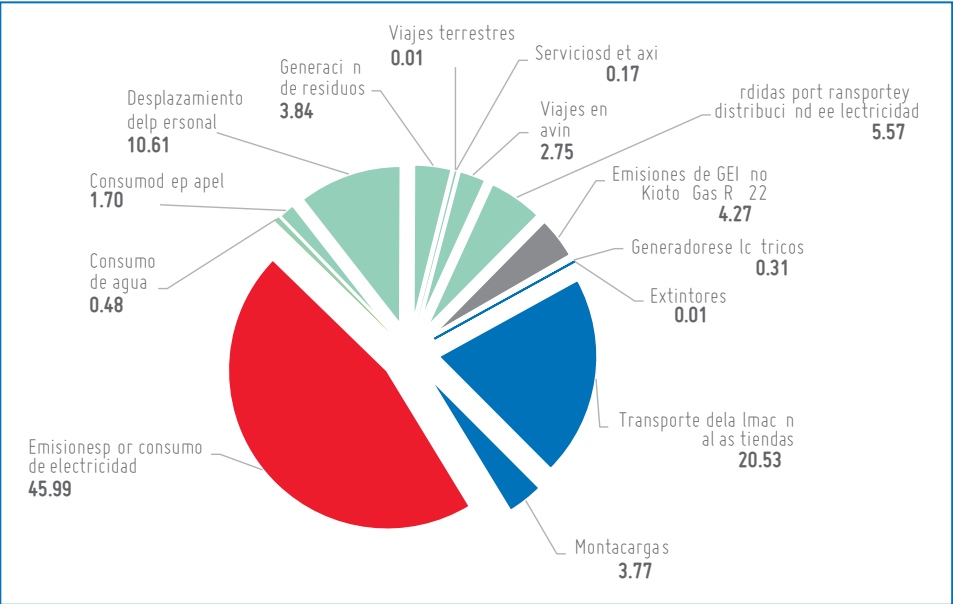
Figura1: Inventario de GEI Sodimac Perú 2017 (por alcances, en porcentajes)



Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2018

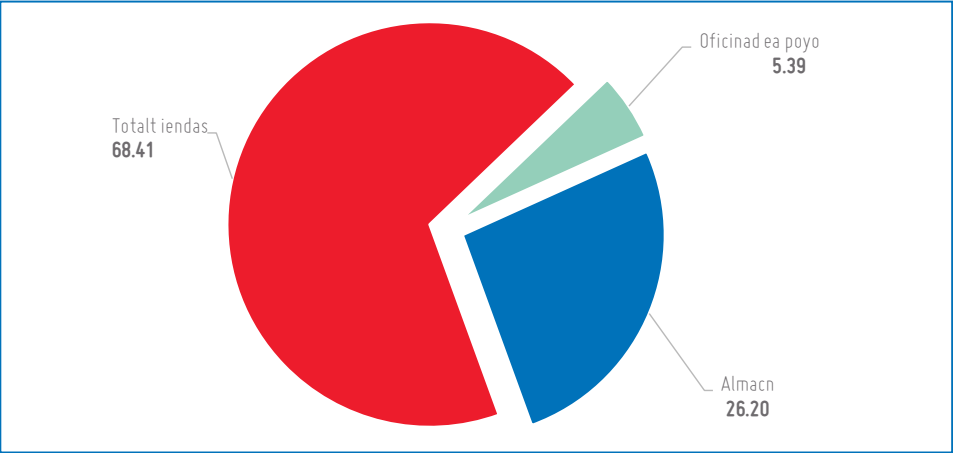


Figura 2: Inventario de GEI de Sodimac Perú por fuente de emisión para el año 2017 (en porcentajes)



Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2018

Figura 3: Inventario de GEI año 2017 en detalle para las instalaciones de Sodimac Perú (por tipo de instalación, porcentajes)



Fuente: Libélula Gestión en Cambio Climático y Comunicación, 2018



8.4 RESIDUOS SÓLIDOS

Sodimac Perú impulsa una política de recuperación y reciclaje de una amplia variedad de materiales de desecho, tanto propios como generados por la comunidad. Sus acciones en este ámbito involucran la correcta disposición de los residuos a través de programas diseñados expresamente para tal efecto.

Contamos con programas y acciones que favorecen la eliminación de los residuos sólidos en cada una de nuestras sedes. Involucramos a nuestros(as) asesores(as) y clientes.

Gestión interna

Residuos sólidos no peligrosos dispuestos:

Residuo sólido (kg)	2016	2017
Papel	1,356.02	6,347
Cartón		0
Plástico		509
Vidrio		3
Tetrapack		20
Madera	98.12	0
TOTAL		6,879

El papel, plástico es recogido por las organizaciones Reciamancaes y Remar, quienes se encargan de gestionar su reciclaje; el vidrio es recogido por Reciamancaes y el tetrapack y cartón por Remar.

Estaciones de reciclaje EcoTachos; Se buscó promover el reciclaje interno por medio de un concurso de contenedores, donde todas las tiendas y almacén participan usando materiales reciclados (aglomerado, plástico, cartón, film, entre otros).

Residuos peligrosos:

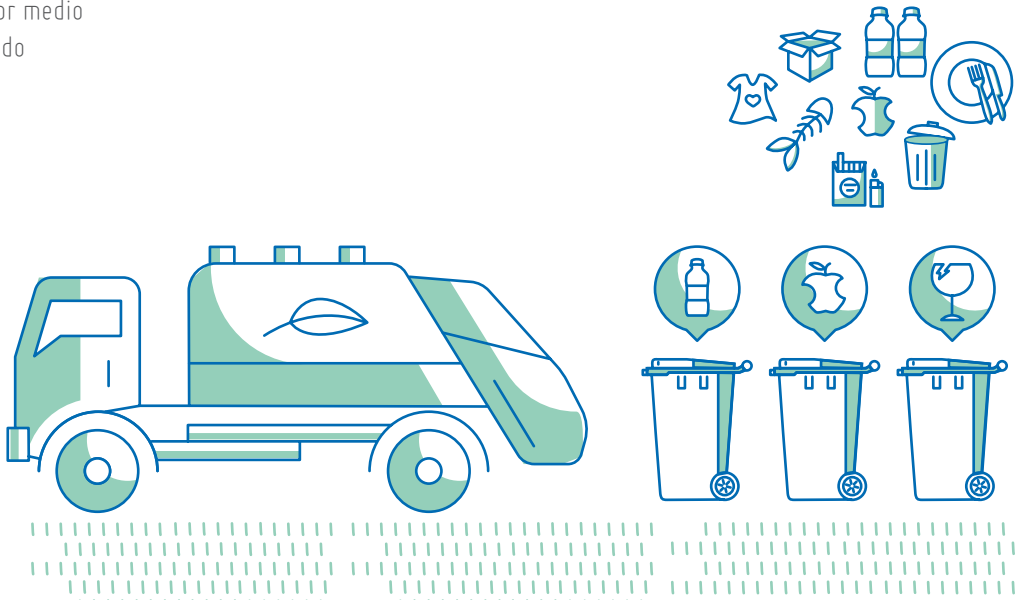
Contamos con un programa de eliminación de residuos sólidos y líquidos que se originen en la operación de nuestras tiendas y sean potencialmente dañinos para las personas y el medioambiente. El proceso contempla disponer baterías usadas, artículos electrónicos, todo lo cual se acopia y almacena en contenedores plásticos debidamente rotulados. Además, existe un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos. Cada tienda también cuenta con equipos de derrame distribuido en las áreas de almacenaje de productos químicos, para que su manipulación pueda ser controlada adecuadamente.

Gestión externa

Buscamos que nuestros clientes también participen de nuestros programas de reciclaje, es por eso que contamos con 2 módulos de Recíclame en las tiendas de Ate y Javier Prado.

Hazla por tu playa

Junto a la Sociedad Peruana Derecho Ambiental (SPDA) y como parte de su iniciativa “Hazla por tu playa”, actuamos en favor de nuestros ambientes naturales, realizando una limpieza de playas y ríos a nivel nacional, promoviendo además la campaña en nuestras redes sociales.



9 ÍNDICE DE CONTENIDOS GLOBAL REPORTING INITIATIVE

(GRI 102-51) (GRI 102-52) (GRI 102-50) (GRI 102-54) (GRI 102-56) (GRI 102-45)

Sodimac Perú publica sus Reportes de sostenibilidad desde el año 2014, con una periodicidad anual; en esta cuarta edición, abarcamos el año calendario 2017. Este reporte se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial publicado por el Global Reporting Initiative (GRI).

Nuestro reporte no ha sido verificado por ninguna organización externa. Al momento, no contamos con una política explícita sobre la verificación externa de nuestros reportes de sostenibilidad. Nuestros estados financieros consideran solo los resultados económicos de Sodimac Perú S.A., por lo que el alcance de este reporte es solo de las actividades que Sodimac Perú S.A. realiza en el territorio peruano.

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016			
Contenidos Generales			
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-1 Nombre de la organización	7	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	7	
	102-3 Ubicación de la sede	7	
	102-4 Ubicación de las operaciones	5	
	102-5 Propiedad y forma jurídica	27	
	102-6 Mercados servidos	7	
	102-7 Tamaño de la organización:	7, 8, 10	
	i) número de empleados	8	
	ii) número de operaciones	10	
	iii) ventas netas (para organizaciones del sector privado) o los ingresos netos (para las organizaciones del sector público)	8	
	iv) capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para organizaciones del sector privado)	8	
	v) cantidad de productos o servicios proporcionados o prestados	8	
	102-8 Información sobre empleados y otros colaboradores:	45	
	i) Número de empleados, por contrato laboral (permanente o temporal) y sexo		

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016	ii) Número de empleados, por contrato laboral (permanente o temporal) y por región		
	iii) Número de empleados, por tipo de contrato laboral (jornada completa o media jornada) y sexo		
	iv) Si una parte significativa de las actividades de la organización la llevan a cabo colaboradores que no sean empleados. Se debe incluir, si procede, una descripción de la naturaleza y la magnitud del trabajo realizado por los colaboradores que no sean empleados.		
	v) Cualquier variación significativa de las cifras presentadas en los Contenidos 102-8-a, 102-8-b o 102-8-c		
	vi) Una explicación de cómo se han recopilado los datos, incluidas las suposiciones que se han hecho		
	102-9 Descripción de la cadena de suministro de la organización, incluidos los elementos principales relacionados con las actividades, marcas principales, productos y servicios de la organización	72	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro:	En el año 2017, no se tuvieron cambios	
	i) los cambios en las operaciones o en su ubicación, incluidos aperturas, cierres y expansiones de instalaciones;		
	ii) los cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración del capital (para organizaciones del sector privado);		
	iii) los cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o las relaciones con los proveedores, incluidos la selección y el despido		
	102-11 Principio o enfoque de precaución	91	
	102-12 Iniciativas externas Lista de estatutos, principios y otros documentos de carácter económico, ambiental y social, desarrollados externamente y a los que la organización esté suscrita o respalde	9, 21	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	102-13 Afiliación a asociaciones Lista de las principales afiliaciones a entidades del sector u otras asociaciones y las organizaciones de defensa de intereses a nivel nacional o internacional	9	
2. ESTRATEGIA			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones (carta que va al inicio)	4, 5	
3. ÉTICA E INTEGRIDAD			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	33 a 36	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	39 a 41	
4. GOBERNANZA			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-18 a) La estructura de gobernanza de la organización, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno	29 a 31	
	b) Los comités responsables de la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales.		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	23	
	102-22 Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	27	
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	27	
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	27	
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	12	
	102-35 Políticas de remuneración	32	
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-40 Lista de los grupos de interés	14-15	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	70	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	15	
	102-43 Enfoque de la participación de los grupos de interés	16 a 20	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	102-44 Temas y preocupaciones claves mencionados	16 a 20	
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	11	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	24	
	a) Explicación del proceso para definir los contenidos del informe y las coberturas de los temas		
	b) Explicación de cómo ha aplicado la organización los Principios para definir los contenidos del informe		
	102-47 Lista de temas materiales	24	
	102-48 Reexpresión de la información	No se presenta reexpresión de la información	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes: cambios significativos con respecto a los periodos objeto del informe anterior en la lista de temas materiales y coberturas de los temas	No se presentaron cambios	
	102-50 Periodo objeto del informe	102	
	102-51 Fecha del último reporte (si procede)	102	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	102	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	102	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	102	
	102-55 Índice de contenidos GRI	102 a 111	
	102-56 Verificación externa	102	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
Contenidos Generales			
ESTÁNDAR TEMÁTICO: ECONÓMICO			
	Desempeño económico		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	11	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	11	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	11	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	11	
	Presencia en el mercado		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	46 a 48	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	46 a 48	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	46 a 48	
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	46	
	202-2 Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	46	
	Prácticas de abastecimiento		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	72 a 73	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	72 a 73	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72 a 73	
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	72	
	Anticorrupción	42	
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	42	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	42	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	42	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	42	No se contó con información disponible sobre el Directorio
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	42	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	Competencia desleal		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	43	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	18, 43	
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	43	
ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL			
	Energía		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	91, 92	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	91, 92	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	91, 92	
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	91, 92	
	302-3 Intensidad energética	91, 92	
	302-4 Reducción del consumo energético	91, 92	
	Emisiones		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	91 a 101	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	91 a 101	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	91 a 101	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	91	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	91 a 101	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	91 a 101	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	91 a 101	
	Efluentes y residuos		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	101	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	101	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	101	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y métodos de eliminación Cumplimiento regulatorio	101	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	43	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43	
GRI 307: Cumplimiento regulatorio 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	43	
	Evaluación ambiental de los proveedores		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	74	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	74	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	74	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	74	
ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL			
	Empleo		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	49, 50	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	49, 50	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	49, 50	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	49 a 56	
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	49 a 56	
	Salud y seguridad en el trabajo		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	65, 66	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	65, 66	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	65, 66	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	65, 66	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	Formación y enseñanza		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	59 a 64	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	59 a 64	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	59 a 64	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	59 a 64	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	59	
	Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	67 a 70	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	67 a 70	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	67 a 70	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	67 a 70	
	No discriminación		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	39 a 41	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	39 a 41	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	39 a 41	
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	39 a 41	
	Libertad de asociación y negociación colectiva		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	70	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	70	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	70	
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	70	
	Comunidad locales		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	82	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	82	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	82	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	81 a 89	
	Evaluación social de los proveedores		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	74	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	74	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	74	
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	74	
	Política pública		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	42	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	42	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42	
GRI 415 Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	42	
	Salud y seguridad de los clientes		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	77, 78	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	77, 78	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	77, 78	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	77, 78	
	Marketing y etiquetado		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	76, 77	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76, 77	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	76, 77	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	76, 77	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	76, 77	

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
	Privacidad del cliente		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	79	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	79	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	79	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	79	
	Cumplimiento socioeconómico		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	43	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	43	



