



2016

REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD

IMPERIAL

El especialista
para especialistas



IMPERIAL S.A.

Rut: 76.821.330-5

Dirección: Av. Santa Rosa 7850, La Granja, Santiago, Chile.

Sitio web: www.imperial.cl

Contacto

Héctor Alejandro Vera Zuzulich

Gerente de Administración y Finanzas

Teléfono: (562) 23997000 - (562) 23997062

E-mail: alejandro.vera@imperial.cl

César Burgos González

Sub Gerente de Procesos y Sostenibilidad

Teléfono: (562) 223998107

E-mail: cburgos@imperial.cl

Asesoría Metodológica y Redacción

Centro Vincular

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Dirección de Arte y Diseño:

Negro.cl

REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2016

ÍNDICE

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL	04
NUESTRO NEGOCIO	06
COMPROMETIDOS CON LA SOSTENIBILIDAD	18
GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL	26
NUESTROS TRABAJADORES	36
NUESTROS PROVEEDORES	50
NUESTROS CLIENTES	56
DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	62
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	66
TABLA DE INDICADORES GRI	70



MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

Nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad da cuenta del trabajo desarrollado durante el año 2016 para contribuir a la creación de valor económico, social y medioambiental, constituyéndose en un concreto ejercicio de transparencia y rendición de cuentas hacia nuestros grupos de interés.

Desde que iniciamos el camino para integrar la sostenibilidad en nuestra gestión, hace ya tres años, hemos crecido y adquirido nuevos aprendizajes, que reafirman nuestro compromiso de crecer de manera sostenible. Este proceso ha significado relevar una serie de buenas prácticas que desde siempre han caracterizado a Imperial, reconocer nuestras brechas y oportunidades para mejorar nuestra gestión, con una mirada estratégica y bajo el enfoque de la sostenibilidad.

Como consecuencia de ello, durante el año desarrollamos nuestro primer Plan de Acción de Sostenibilidad para el periodo 2016-2020, el cual contempla rutas de integración para las diferentes áreas de la empresa, con el propósito de asegurar la gestión transversal de la sostenibilidad. Junto con ello, establecimos un Comité de Sostenibilidad, integrado por todos los gerentes de la empresa, con el propósito de hacer seguimiento a su implementación.

Con el esfuerzo y compromiso de nuestro equipo, cumplimos las metas que nos propusimos para el año y que detallamos en este Reporte.

Dentro de la sostenibilidad un pilar fundamental es el desempeño económico. Gracias al dinamismo del sector de la construcción y a nuestros constantes esfuerzos por aumentar la cobertura al segmento de venta a minoristas, mejoramos nuestra utilidad en un 13,9% frente al año anterior.

Sin duda, estos buenos resultados reflejan el esfuerzo que hemos realizado por innovar para satisfacer de la mejor manera las necesidades de nuestros clientes. Ello se ve reflejado en la implementación del modelo de autoservicio en la Tienda Huechuraba, que permite a los clientes que requieren productos portables retirarlos directamente de la góndola.

También se completó en todas las tiendas la instalación de módulos de autoatención, para autogestionar la compra y pasar directamente a caja cuando no se necesita asesoría comercial.

Este permanente foco en la calidad de atención de los clientes llevó al desarrollo de la nueva campaña interna “Dalo por Hecho”, que conllevó el compromiso de cara a los clientes de ser los mejores en precio, producto y crédito dentro de la especialidad de Imperial.

Esta iniciativa se complementó con el exitoso “Taller Actitud”, mediante el cual se capacitó a todo el personal que atiende público en tiendas para ofrecer un mejor servicio, lo que se reflejó en una mejora

importante en los indicadores de satisfacción de clientes (NPS).

Otro avance fue la implementación de la gestión visual en todas las tiendas, entregando a los trabajadores otra herramienta para focalizar sus esfuerzos en favor de una buena atención. Se sumó, igualmente, el servicio de WiFi para clientes en todas nuestras tiendas.

Durante el 2016 vivimos la primera y más relevante fase del proceso de consolidación de las bodegas hacia nuestro nuevo centro de distribución La Martina, que nos permite ganar en eficiencias y contar con instalaciones para desarrollar un trabajo fluido y de alto estándar, mejorando también la seguridad y la comodidad de los trabajadores con camarines, baños y oficinas acordes.

Estos avances en gran parte son posibles gracias al compromiso y profesionalismo de nuestro personal. Con el propósito de contribuir a su desarrollo, hemos incentivado la capacitación, lo cual se refleja en el aumento en el promedio de horas de capacitación por trabajador, llegando a 17,1 horas durante el 2016.

Nos hemos preocupado por incrementar los beneficios y de fortalecer las instancias de diálogo con nuestros trabajadores. Para ello uno de los principales instrumentos que utilizamos es la Encuesta de Clima Laboral. Durante el 2016 implementamos 39 comités de clima laboral a lo largo de todas las tiendas del país y un sistema de monitores internos que se encargan de socializar los resultados y definir junto a los trabajadores propuestas de mejora. A ello se agrega una nueva instancia de reunión que establecimos en el periodo, las denominadas "cápsulas". Estas actividades influyeron en que mejorara la evaluación de la camaradería en Imperial.

La salud y seguridad de nuestros trabajadores es una prioridad. Prueba de ello es que en 2016 superamos la meta que nos impusimos de disminuir en un 10% la tasa de siniestralidad, logrando una reducción de un 11,7%. Además y como ha sido la tendencia de los últimos años, redujimos la tasa de accidentabilidad, llegando a 7,6. Esto es posible gracias a que nos esforzamos por generar una cultura preventiva en Imperial.

En el marco de nuestro compromiso de incentivar y traspasar buenas prácticas a nuestra cadena de suministro, en 2016 iniciamos un proceso de sensibilización dirigido a proveedores nacionales sobre

el Modelo de Transparencia Comercial Imperial (TCI) y nuestra estrategia de sostenibilidad, con el fin de incentivar la adopción de nuestros estándares y la normativa vigente, favoreciendo un trabajo conjunto basado en reglas claras.

En relación a nuestros proveedores extranjeros, establecimos la Política de Auditorías a Fábricas e Inspecciones de Control de Calidad en Origen y mantuvimos la implementación del sistema de control de calidad a los embarques provenientes de China.

En 2016 dimos un paso adelante en la gestión del medio ambiente, con el desarrollo de una Matriz Medioambiental, destinada a levantar todos los riesgos asociados a los procesos de Imperial. Con este valioso insumo se trabajará durante el 2017 en el desarrollo de una política medioambiental, un programa y procedimientos.

También destacamos en este ámbito que logramos dotar a un 85% de la maquinaria de corte con sistemas de aspiración centralizada, lo cual permite minimizar las emisiones de polvo que éstas producen y así beneficiar a nuestros trabajadores, clientes y comunidad.

Con el fin de fortalecer el relacionamiento con nuestros vecinos, nos dimos a la tarea de desarrollar un mapeo de la comunidad, el cual nos permitirá focalizar nuestros esfuerzos en base a sus necesidades y a los objetivos de nuestro negocio. En 2017 esperamos contar con una estrategia de relacionamiento comunitario que nos permita avanzar en esta línea.

No obstante, seguimos desarrollando el Programa de Formación Dual y sumamos nuevas iniciativas en las tiendas del sur, como es el Programa de Capacitación de Oficios y el Programa Más Capaz. Todos ellos destinados a fortalecer los conocimientos de escolares y obtener experiencia laboral para favorecer su inserción en el mundo del trabajo.

Todo lo relatado se encuentra descrito en mayor profundidad en este Reporte, que da cuenta del compromiso de todas las áreas de nuestra empresa con la sostenibilidad y de los desafíos que tenemos pendiente para seguir avanzando en este camino.

Rodrigo Fuenzalida F.
Gerente General de Imperial



01

**NUESTRO
NEGOCIO**



Imperial, **líder en servicio y distribución de tableros de madera**, ha sabido adaptarse a las nuevas necesidades de sus clientes, innovando en modelos de atención y servicio, bajo un sello distintivo de cercanía y calidad.

42 AÑOS DE HISTORIA

G4-4

G4-8

G4-9

Los orígenes de nuestra empresa se remontan a 1974, cuando en la comuna de La Granja, Santiago, se funda la Gran Ferretería Imperial, destacando por su cálido estilo de atención y convenientes precios. En 1990 con la creación de Maderas Imperial, la empresa incorpora al negocio los tableros de madera para atender las necesidades de un importante grupo de clientes, los mueblistas, y a partir de ese momento comienza el proceso de expansión del negocio. Actualmente, Imperial se ha posicionado como líder en servicio y distribución

de tableros de madera, con 15 tiendas a lo largo del país; una red de Venta a Mayoristas, que cubre todo el territorio nacional; y Venta a Distancia, a través de operadoras telefónicas. Se distingue por otorgar asesoría experta a maestros y mueblistas para el desarrollo de sus proyectos, además de contar con una amplia oferta de materiales de construcción, ferretería y terminaciones de reconocida calidad. Al 31 de diciembre de 2016 Imperial contaba con 1.450 trabajadores.

Cadena de suministro

432 Proveedores nacionales fabricantes

976 Proveedores nacionales de servicios

75 Proveedores extranjeros

Principales productos y servicios

Productos

Tableros de madera
Láminas
Maderas Aserradas
Fibrocemento
Fierros
Cemento
Quincallería
Pinturas
Adhesivos

Servicios

Corte
Enchapado
Laminado
Fresado
Perforado de tableros de madera
Arriendo de herramientas

Marcas propias



Mercados

Obras nuevas

Mantenimiento y reparación del hogar

Mejoramiento del hogar

Clientes

Mueblistas
Maestros (contratistas, pequeños especialistas)

Empresas (constructoras medianas y grandes)

Familias (dueños y dueñas de casa)

HITOS MÁS RELEVANTES 2016

Primera tienda de autoservicio

Se implementó el modelo de autoservicio en la Tienda Huechuraba, con el propósito de facilitar la compra de clientes que no requieren de asesoría especializada. Este formato de tienda se espera replicar en otras sucursales de la cadena en los próximos años.

Bodega La Martina

Entró en operación el centro de distribución central de Imperial, la bodega La Martina, dotándola del equipamiento y las instalaciones necesarias para consolidar y mejorar nuestros procesos logísticos.

Módulos de autoatención

En todas las tiendas se completó la instalación de módulos de autoatención, para hacer más expedita la compra.

Canal de escucha a clientes

Se completó la instalación de módulos de atención NPS, permitiendo a los visitantes de todas nuestras tiendas dar su opinión sobre su experiencia de compra.

Dalo por Hecho

Se lanzó la campaña interna "Dalo por Hecho", que conlleva el compromiso de ser los mejores en servicio, precio, producto y crédito dentro de nuestro segmento. En ese marco, se realizó el taller Actitud de Servicio en el que participaron las jefaturas de tiendas y el 100% del personal de las mismas.

Plan de Acción en Sostenibilidad

Se desarrolló e implementó el Plan de Acción de Imperial en Sostenibilidad 2016-2020 y se estableció un Comité de Sostenibilidad para su seguimiento.

Libre competencia y Ley del Consumidor

Se capacitó a todo el personal que tiene relación con clientes y/o proveedores en temas relacionados con Libre competencia y Ley del Consumidor.

Calidad de Vida Laboral

- En alianza con los Cesfam del sur, se realizaron exámenes médicos a todo el personal de tienda de esa zona.
- Nutricionistas realizaron charlas en tiendas para combatir la obesidad.
- Se realizaron charlas de oficio a los familiares de trabajadores para ayudarlos en la obtención de nuevos ingresos.

Actitud de Servicio

Se realizó Taller de Actitud de Servicio en el que participaron las jefaturas de tiendas y el 100% del personal de las mismas.

Medio Ambiente

84% de máquinas con aspiración centralizada.

Apoyo a la comunidad

En alianza con Maderas Arauco se realizaron actividades de orientación y asesorías a colegios técnicos de Rancagua.

Comunicación y marketing

- Se registró un crecimiento importante en el número de seguidores en Facebook, pasando de 5.000 a 89.000.
- Finalizó el rediseño de la imagen en tienda.



PROPIEDAD Y ESTRUCTURA LEGAL

Con la adquisición por parte de Sodimac de un 60% de Imperial en 2007, nuestra empresa se integra al Grupo SACI Falabella, uno de los principales conglomerados del retail de América Latina, conservando su imagen y perfil, pero diversificando su alcance al segmento de especialistas.

En consecuencia, Imperial se constituye en sociedad anónima cerrada, siendo sus principales accionistas Sodimac, con una participación del 60%; e Inversiones Orgalla, con el 40% de las acciones.

G4-7

G4-17

Nº de acciones Sodimac: 56.021.715

Nº de acciones Orgalla: 37.347.810

MARCO ESTRATÉGICO

En Imperial desarrollamos nuestras actividades y nos proyectamos a futuro sobre la base de fundamentos estratégicos, que demuestran nuestro compromiso de administrar la compañía de forma sostenible.

MISIÓN

Ser la empresa líder en productos y servicios para mueblistas y profesionales de la construcción, ayudando de modo sostenible, a hacer realidad sus sueños y proyectos, siendo querida, admirada y respetada por clientes, trabajadores y proveedores.

VISIÓN

Entregar a nuestros clientes la mayor variedad de productos, servicios, asesoría y financiamiento, en forma oportuna, innovadora y sostenible al mejor precio del mercado.





VALORES

Respeto por las Personas

El respeto es uno de nuestros valores principales, ya que es la base para mantener buenas relaciones, tanto entre los miembros de nuestro equipo, como con nuestros clientes, proveedores, otras instituciones y comunidad en general. Es por esto que nos esforzamos porque nuestras relaciones se den en un ambiente respetuoso con las personas y sus ideas.

Honestidad

Creemos que las relaciones de confianza son la base de nuestro trabajo, por lo que la integridad de cada miembro de nuestro equipo es fundamental. Es por esto que fomentamos la verdad ante todo y brindamos los espacios y condiciones adecuadas para que ésta sea dicha.

Respeto por los Compromisos

Somos una empresa responsable y actuamos con profesionalismo cumpliendo con los compromisos adquiridos.

Comunicación

La comunicación es la base de nuestras relaciones, dependiendo de esta tanto un ambiente agradable de trabajo, como una operación sin errores. Nos esmeramos en comunicar nuestras ideas claramente, así como de escuchar atentamente las ideas de otros antes de dar nuestra opinión.

Austeridad

Teniendo siempre presente que nos debemos a nuestros accionistas y a nuestro equipo, actuaremos de modo austero, procurando evitar gastos innecesarios, optimizando todo recurso disponible.

Innovación

Buscamos la constante mejora de nuestros procesos y productos, optimizándolos con propuestas innovadoras y de excelencia, brindando los espacios para que cada miembro del equipo pueda aportar con su mirada y obtener así una solución óptima.

NUESTRA UBICACIÓN

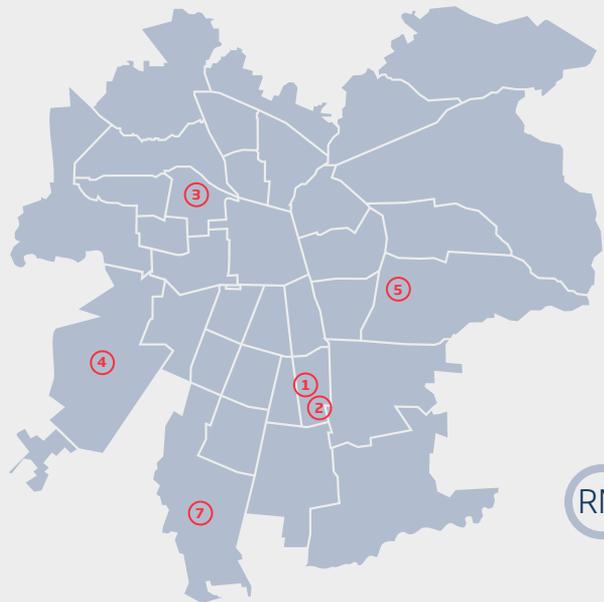
G4-5

G4-8

Imperial cuenta con 15 tiendas en la zona centro y sur de país, equivalente a una superficie de venta de 74.990 m². Además, cubre todo el país con un canal de venta mayorista.

Cuenta con un centro de distribución ubicado en Santiago de 25.000 m², más otras tres bodegas satélites de 10.000 m² cada una.

Nuestra oficina central se ubica en Santa Rosa, 7850, La Granja, Santiago.



CENTROS

• **CENTRO DE CORTE**
Linares #122, La Granja

• **MECANIZADO**
Linares #122, La Granja

• **RTA**
Linares #120, La Granja

• **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN 03**
Linares #392, La Granja

• **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN 04**
Linares #294, La Granja

• **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN 07**
Linares #236, La Granja

• **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN 10**
Linares #392, La Granja

• **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN LO BOZA**
Lo Boza #8887, Pudahuel

• **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN IQUIQUE**
Tarapacá #2868, Alto Hospicio, Iquique

TIENDAS

1 **SANTA ROSA - MADERAS**
Santa Rosa #7850
La Granja

5 **TIENDA VESPUCIO**
Av. Américo Vespucio #1030
Peñalolén

A **TIENDA VIÑA DEL MAR**
Camino Internacional #1025
Viña del Mar

E **TIENDA CONCEPCIÓN**
Tucapel #1259,
Concepción

2 **SANTA ROSA - FERRETERÍA**
Santa Rosa #7876
La Granja

6 **TIENDA HUECHURABA**
Av. A. Vespucio #1399
Huechuraba

B **TIENDA VALPARAÍSO**
Av. Independencia #3033
Valparaíso

F **TIENDA HUALPÉN**
Av. Cristóbal Colón #8483
Hualpén

3 **TIENDA MAPOCHO**
Mapocho #5906
Quinta Normal

7 **TIENDA SAN BERNARDO**
Av. Padre Hurtado 15057
San Bernardo

C **TIENDA RANCAGUA**
La Cruz #01000
Rancagua

G **TIENDA TEMUCO**
Av. Caupolicán #1151
Temuco

4 **TIENDA MAIPÚ**
Alberto Llona #1153
Maipú

D **TIENDA TALCA**
Av. San Miguel #2687
esquina 23 Oriente
(ex San Pablo), Talca

H **TIENDA PUERTO MONTT**
Pilpilco 200, Parque Industrial,
camino a Pargua
Puerto Montt

DESEMPEÑO ECONÓMICO

En 2016 Imperial obtuvo ingresos superiores en un 6,1% con respecto al año anterior. No obstante, este crecimiento es menor al registrado en 2015, dado que no tuvimos aperturas de tiendas, por el contrario, cerramos la operación de La Florida debido a que esta tienda era demasiado pequeña y no nos permitía cumplir con los estándares de operación actual de Imperial.

La tienda Puerto Montt, abierta en abril de 2015, ha evolucionado de manera satisfactoria cumpliendo no sólo con el plan de venta, sino que con lograr la conformación de un equipo humano afiatado, que nos ha permitido posicionarnos rápidamente en la zona.

En 2016 comenzó a operar el formato mixto de autoservicio y atención personalizada, lo que entrega a nuestros clientes flexibilidad para llevarse productos de alta rotación de manera más expedita o continuar con la atención de los ejecutivos especializados cuando requieren de asesoría ante una compra más compleja. En esta misma línea, durante el año inauguramos 77 puntos de autoatención repartidos en todas nuestras tiendas, ampliando nuestro canal de venta y permitiendo al cliente auto gestionar su compra.

Cabe destacar que ante un escenario económico de bajo crecimiento, Imperial logró mejorar su posición en el mercado en cada una de las ubicaciones en donde está presente, mejorando su utilidad un 13,9% frente al año anterior.

6,1%

EN 2016 IMPERIAL OBTUVO INGRESOS SUPERIORES EN UN 6,1% CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

Durante el 2016 vivimos la primera y más relevante fase del proceso de consolidación de las bodegas hacia la nueva instalación de La Martina, en donde invertimos MM\$900 para dotarla de equipamiento e instalaciones que permitan un trabajo seguro, fluido y de alto estándar. Debido a este proceso tuvimos cierto periodo de mayores gastos, debido a personal necesario para realizar la mudanza y el arriendo de mayores metros cuadrados que nos permitieran ir trasladando las operaciones.

Continuando con el plan de inversiones en pos de mejorar los servicios a nuestros clientes es que en 2016 invertimos la suma de MM\$ 471, en renovación de maquinarias de corte, enchapado y producción de planchas de zinc.

VALOR ECONÓMICO GENERADO

Como resultado del dinamismo de la actividad del sector de la construcción, generada por la futura aplicación de un mayor impuesto a la compra de viviendas, en 2016 se registró un incremento de la demanda de nuestros productos a través del Canal de Venta a Mayoristas, lo cual influyó en el aumento de un 5% en los ingresos obtenidos con respecto al ejercicio anterior.

Este desempeño también se explica por nuestros constantes esfuerzos en aumentar la cobertura al segmento de venta a minoristas, destacando los buenos resultados obtenidos por la Tienda Puerto Montt, inaugurada en 2015; y la Tienda Valparaíso, que superaron las proyecciones de ventas.

Sin duda, las acciones orientadas a mejorar la atención de nuestros clientes, así como las inversiones logísticas, destinadas a ganar en eficiencias, han favorecido estos resultados. En este sentido, destaca el Plan de Consolidación de bodegas, que en 2016 concluyó con la habilitación y puesta en marcha de la bodega La Martina de 25.000 m² en Pudahuel, Santiago, dotándola del equipamiento y las instalaciones necesarias para consolidar y mejorar nuestros procesos logísticos.



Fuente: estados financieros auditados.

VALOR ECONOMICO DISTRIBUIDO

G4-2
G4-9
G4-EC1

En 2016 aumentó en un 1% el valor económico distribuido o pagos distribuidos a los diferentes grupos de interés de la empresa, en relación al 2015, lo cual se debe a que no tuvimos apertura de tiendas y a un menor requerimiento de los accionistas.

Proveedores

Gastos o costos operacionales

La consolidación de la mudanza de las operaciones de las ex bodegas C14 (Lo Boza), C04 (fierro y zinc), C33 (planta de producción de zinc, ex Cronacero) y C05 (tableros desclasificados,) a la bodega La Martina implicó mayores gastos operacionales. En su habilitación se consideró el desarrollo de nuevas instalaciones, con casinos, camarines, oficinas y buses de acercamiento para los trabajadores que se desempeñaban en las antiguas bodegas.

Adicionalmente, se inauguró la planta de zinc con nueva maquinaria para responder a las exigencias del mercado.

A lo largo de 2016 se destinaron recursos que ayudaron a mejorar los estándares de atención y seguridad en las instalaciones de Imperial, destacando en ese sentido la completa remodelación eléctrica efectuada en todas las tiendas, dando cumplimiento con el compromiso de seguir elevando los niveles de seguridad de la cadena. También se realizaron inversiones en equipamiento de detección y prevención de incendios.

Una inversión adicional fue la compra de cuatro enchapadoras de canto para tiendas, con las cuales se puede brindar un mejor y más rápido servicio a clientes, con máquinas de tecnología de punta, y se renovaron las oficinas de TI con un equipamiento acorde para la realización de sus labores en un espacio cómodo y adecuado.

Nuestro plan de innovación y ampliación de los canales de venta, nos llevó a realizar un gasto de MM\$ 556 para transformar la tienda Huechuraba a un nuevo formato mixto de autoservicio y atención personalizada.



Bancos, financieras y accionistas

Pago a proveedores de capital

En 2016, y al igual que el año anterior, se pagaron menos dividendos como resultado del pacto de accionistas, con el propósito de destinar esos recursos al plan de inversiones, dentro del cual destaca la consolidación de las bodegas en La Martina.

Gobierno

Pagos e impuestos

En 2016 los pagos al Estado por concepto de impuestos se ven influenciados por una mayor tasa de PPM producto de la entrada en vigencia de la reforma tributaria. Comparado con el año anterior se produce un aumento relevante, debido a que en 2015 tuvimos una devolución de impuestos en revisión de impuesto de año 2012 que concluyó satisfactoriamente

Trabajadores

Remuneraciones y beneficios

Durante el periodo los gastos en remuneraciones y beneficios aumentaron en un 5% con respecto al ejercicio anterior, producto del reajuste otorgado a los trabajadores de la empresa.

Valor económico distribuido MM\$

	2015	2016
Gastos operativos	219.163	221.841
Sueldos y prestaciones de los empleados	15.348	16.067
Pagos a los proveedores de capital	4.818	3.419
Impuestos	24	1.161
Totales	239.305	242.489



Fuente: estados financieros auditados.

El valor económico retenido tuvo una variación de un -146% en relación al año anterior, lo cual se explica principalmente a la reserva de flujos para la ya aprobada inversión de la nueva tienda La Serena, que será inaugurada en octubre de 2017.

COMPROMISO TRIBUTARIO

En Imperial la gestión tributaria la desarrollamos de manera transparente, asegurando el cumplimiento de los lineamientos tributarios, así como las obligaciones formales y sustanciales, de acuerdo a la normativa del Estado de Chile.

Para ello realizamos un análisis de la normativa tributaria para la ejecución del negocio, identificando los lineamientos a los cuales como compañía debemos responder. A ello se agrega la actualización

permanente del conocimiento de las nuevas normativas, contando con el acompañamiento de asesores tributarios calificados.

Los lineamientos y los procedimientos expuestos nos permiten publicar de forma voluntaria las contribuciones fiscales realizadas por Imperial.

El pago de impuestos de Imperial se hace de manera centralizada en la casa matriz, como lo indica la normativa chilena. En 2016 se pagaron MM\$ 1.161 en impuestos.



02

**COMPROMETIDOS
CON LA
SOSTENIBILIDAD**



En 2016 establecimos nuestro **primer Plan de Sostenibilidad y un Comité integrado por todos los gerentes de la empresa**, para asegurar la transversalidad de la gestión sostenible en toda la organización.

En Imperial se llevó a cabo un proceso de Planificación Estratégica para el periodo 2016-2021, que contempló una reformulación y revisión de los objetivos, indicadores y metas de la compañía.

CRECIMIENTO	RENTABILIDAD	SOSTENIBILIDAD
Lograr los resultados de venta, participación y posicionamiento en los mercados actuales y futuros.	Alcanzar la rentabilidad proyectada para cada formato.	Alcanzar un desarrollo equilibrado económico, social y ambiental en nuestra operación, mediante el compromiso de todos los miembros de la organización.

En línea con Sodimac, nuestro controlador, mantuvimos y reafirmamos la sostenibilidad como uno de uno nuestros tres pilares estratégicos, lo que se traduce en una gestión empresarial que busca maximizar la creación de valor económico, social y ambiental.

Adherimos y nos esforzamos por cumplir la Política de Sostenibilidad Corporativa de Sodimac, la cual se basa en los principales instrumentos normativos en la materia, que conforman un marco conceptual mundialmente aceptado. Estos son:

- Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de Naciones Unidas (ONU)
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (ONU)
- Directrices para Empresa Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

- Norma internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social (ISO)
- Iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI)

Asimismo, reconocemos la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y nos comprometemos a contribuir a la consecución de aquellos donde tengamos alguna incidencia.

Lo anterior, con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible, desde un enfoque de debida diligencia, gestionando transversal y sistemáticamente las dimensiones económica, social y medioambiental de nuestro negocio; buscando no sólo crecer y ser rentables en el ámbito económico, sino que también en los ámbitos social y medioambiental; procurando mitigar los riesgos y eventuales impactos negativos que se deriven de nuestras operaciones y potenciando sus efectos positivos.

La Política contempla compromisos en relación con el Gobierno Corporativo y la ética empresarial, y con nuestros trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y el medio ambiente.



Estos compromisos se ven materializados en el Plan de Acción de Sostenibilidad de Imperial, definido para el periodo 2016-2020, el cual contempla rutas de integración para las diferentes áreas de la compañía.

Para la elaboración de este Plan, consideramos las brechas detectadas en el proceso de desarrollo de nuestros dos Reportes de Sostenibilidad y los resultados del Index de Sostenibilidad, instrumento que todas las unidades de negocio de Sodimac aplicamos desde el año 2015, con el objetivo de contar con un indicador estratégico diseñado para evaluar la gestión de la compañía en esta materia.

Para implementar y dar seguimiento al Plan de Acción, se estableció en 2016 un Comité de Sostenibilidad, integrado por todos los gerentes de la empresa y coordinado por la Sub gerencia de procesos y sostenibilidad, dependiente de la Gerencia de Administración y Finanzas.

En el marco de este Plan de Acción, en 2016 se desarrollaron diversas acciones que permitieron avanzar en la ruta de integración de la sostenibilidad en la empresa. Entre ellas:

Gobierno corporativo y ética empresarial

- Actualización de Manual de Ética de Imperial.
- Monitoreo y seguimiento a reclamaciones sobre Derechos Humanos.
- Establecimiento de metodología de monitoreo y anticipación de cumplimiento de la normativa legal.
- Capacitación a los ejecutivos y colaboradores que se relacionan con proveedores sobre Libre competencia y Ley del Consumidor.
- Avances en el desarrollo de Estrategia de Gestión de Riesgos y monitoreo mensual.
- Avances en el desarrollo de matriz de riesgos en cadena de suministro.

Trabajadores

- Implementación de sistema de monitores internos de clima laboral.
- Desarrollo de nuevo modelo de inducción para facilitar la integración de los nuevos trabajadores, que contempla además un curso de sostenibilidad.



Clientes

- Inauguración de tienda piloto que mezcla servicios de venta asistida, autoatención y autoservicio (Tienda Huechuraba).
- Incorporación de líneas de productos ecoeficientes.
- Consolidación de canales de escucha a clientes.
- Involucramiento de clientes en iniciativas de sostenibilidad, a través de la venta de Agua Late en nuestras tiendas.
- Eliminación de publicidad que atente contra la equidad de género.

Proveedores

- Implementación de Política de auditoría a fábricas e inspecciones de control de calidad en origen a todos los proveedores extranjeros, y sistemas de control de calidad a los embarques provenientes de China.
- Política de pago a 30 días a proveedores Pyme.

Comunidad

- Mapeo de la comunidad, con miras a establecer una estrategia de relacionamiento comunitario.
- Avances en el desarrollo del Programa de Formación Dual.

Medio Ambiente

- Planificación de un plan integral para el manejo de residuos.
- Avances en sistema de iluminación LED en tiendas remodeladas y en nuevos locales.
- Implementación de sistema de aspiración centralizada en el 84% de las máquinas de corte, minimizando las emisiones de polvo.
- Implementación de sistema de reciclaje participativo en tiendas del Sur.

MATERIALIDAD: TEMAS ESTRATÉGICOS

En 2016 realizamos un proceso de alineamiento de nuestros temas materiales o estratégicos de sostenibilidad a los definidos por el Corporativo, sin dejar de lado aquellos temas que son parte de nuestra esencia. Esto en razón a la decisión de contar con una base común, que permita medir el avance de todas las unidades de negocio de Sodimac en el proceso de integración de la sostenibilidad.

Cabe señalar que en los dos procesos anteriores de elaboración de nuestros Reportes, llevamos a cabo un proceso de definición y ajuste de la Materialidad

de Imperial, que corresponde a aquellos temas relevantes para el negocio, dado su impacto económico, social y ambiental; y la importancia que tienen en las evaluaciones y decisiones de nuestros grupos de interés.

Estos procesos nos han permitido llegar a seis pilares y temas estratégicos de sostenibilidad que compartimos con nuestro controlador y a los cuales agregamos tres que son propios de Imperial.

TEMAS ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD

Gobierno Corporativo

- 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 riesgos financieros y no financieros
- Regulación - Cumplimiento normativo

Clientes

- Experiencia de compra omnicanal
- Ética publicitaria
- Educación y consumo responsable
- Salud y seguridad con producto
- Apoyo a las Mipymes (*)
- Innovación (*)

Proveedores

- Gestión sostenible de proveedores
- Calidad de productos
- Gestión de riesgos en proveedores
- Canales de atención y reclamos
- Gestión de pequeños proveedores con impacto social y ambiental

Trabajadores

- Calidad de vida
- Clima Laboral
- Diversidad e inclusión
- Formación y desarrollo profesional
- Diálogo social
- Libertad de asociación
- Salud y seguridad laboral
- Remuneraciones, beneficios y compensaciones

Comunidad

- Gestión con la comunidad
- Empleabilidad local
- Alianzas con la comunidad

Medio Ambiente

- Huella de carbono
- Eco eficiencia operacional
- Gestión de Residuos
- Ciclo de vida del producto
- Transporte y logística
- Productos sostenibles
- Gestión de Ruidos (*)

(*) Propio de Imperial

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

G4-25
G4-28
G4-29
G4-30
G4-32

Este Reporte de Sostenibilidad se estructura en base a los seis pilares estratégicos señalados anteriormente, al igual que nuestro Plan de Acción de Sostenibilidad 2016-2020. Por lo tanto, a través de este informe se presenta la gestión de Imperial en estos ámbitos, como una muestra de nuestro compromiso con la transparencia y rendición de cuentas.

Para la elaboración del Reporte utilizamos la metodología G4 de Global Reporting Initiative (GRI), de acuerdo a la opción de conformidad "core" o esencial en español.

La publicación del documento es anual, por lo que se expone la información sobre la gestión de la empresa comprendida entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2016.

En términos de cobertura, abarca todas las tiendas y centros de distribución de Imperial a lo largo del país.

Este Reporte nos permite cumplir con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y nuestro compromiso con sus diez principios, que apuntan a fortalecer los derechos humanos, las normas laborales, la protección del medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Adicionalmente, la información reportada se cruzó con las materias fundamentales de la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, con el fin de mostrar el nivel de alineamiento de nuestra gestión a este estándar mundialmente reconocido.

DIÁLOGO Y ALIANZAS CON GRUPOS DE INTERÉS

Nuestros grupos de interés son todos aquellos que se ven afectados directa o indirectamente por nuestras actividades y que a la vez tienen la capacidad de afectar de alguna manera el desarrollo de éstas.

De acuerdo a nuestro compromiso con la sostenibilidad, nos esforzamos por mantener un contacto directo y permanente con estos diferentes grupos de personas, que nos permita conocer sus inquietudes y necesidades, de manera de cultivar relaciones de confianza y de mutuo beneficio.

En 2016 se verificó un crecimiento importante en el número de seguidores en la fan page de Facebook, pasando de 5.000 a 89.000, convirtiéndose en una comunidad activa con comunicación constante. En este sentido, buscando estrechar la cercanía con dicha comunidad, se hizo un llamado para que los clientes publicaran sus trabajos en la fan page, eligiéndose los mejores para formar parte del calendario Imperial del año 2017.

Imperial considera relevante generar alianzas y establecer redes de colaboración con entidades gremiales e instituciones que fomenten la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sostenible, con el fin de adquirir conocimientos y compartir experiencias.

- Red Pacto Global Chile / www.pactoglobal.cl
- Cámara de Comercio de Santiago / www.ccs.cl
- Cámara Chilena de la Construcción / www.cchc.cl

Grupos de interés	Canales de información	Canales de participación
 Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet (DI) • Sitio web (DI) • Diario Mural (DI) • Informativos vía correo electrónico (DI) • Reporte de Sostenibilidad (AN) 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de Clima Laboral (AN) • Reuniones de Comité de Clima Laboral en cada tienda (ST) • Reuniones Comité Paritario (ME) • Inducciones y capacitaciones (ME) • Reuniones y contacto permanente con jefatura directa y Recursos Humanos de cada instalación (DI) • Retroalimentación con públicos de interés (Reporte de Sostenibilidad) (AN)
 Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Contrato VBA (Vendor Business Agreement), que enmarca los compromisos y acuerdos comerciales con los proveedores de mayor tamaño (AN) • Sitio web (DI) • Reporte de Sostenibilidad (AN) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones periódicas (DI)
 Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de Clientes NPS (Net Promotor Score) (AN) • Sitio web (DI) • Call Center (DI) • Imperial TV (DI) • Folletos informativos (ME) • Libro de sugerencias y reclamos (DI) • Reporte de Sostenibilidad (AN) 	<ul style="list-style-type: none"> • Red de oficinas comerciales y puntos de venta (DI) • Noches mueblistas (AN) • Feria y Concurso de diseño Imperial (AN) • Fan page Imperial Facebook (DI) • Retroalimentación con públicos de interés (Reporte de Sostenibilidad) (AN)
 Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web (DI) • Call Center (DI) • Libro de sugerencias y reclamos (DI) • Reporte de Sostenibilidad (AN). 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con Gerencia (TR) • Información vía correo electrónico (ME) • Retroalimentación con públicos de interés (Reporte de Sostenibilidad) (AN) • Fan page Imperial Facebook (DI)
 Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> • Informes específicos a organismos públicos (ME) • Sitio web (DI) • Reporte de Sostenibilidad (AN) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones periódicas o esporádicas (ME) • Línea directa con SERNAC (DI)

Frecuencia de relacionamiento:

DI: diaria / SE: semanal / ME: mensual / TR: trimestral / ST: semestral / AN: anual



03

**GOBIERNO
CORPORATIVO
Y ÉTICA
EMPRESARIAL**



Imperial cuenta con un **Gobierno Corporativo comprometido con la sostenibilidad** y con sistemas que permiten supervisar y poner en práctica los valores, así como la integración transversal de un comportamiento socialmente responsable.

DIRECTORIO Y PLANA EJECUTIVA

G4-34
G4-38
G4-38
G4-41
G4-49
G4-LA12

La empresa es liderada por el directorio, integrado por siete miembros titulares; y la plana ejecutiva, conformada por un experimentado equipo de gerentes.

El directorio es el principal órgano de gobierno y es constituido por la Junta de Accionistas. Su rol es liderar la toma de decisiones y establecer los lineamientos estratégicos de Imperial. En tanto, la plana ejecutiva es responsable de implementar dichos lineamientos y asegurar el cumplimiento de las metas de la empresa en sus tres pilares estratégicos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

La elección del directorio se basa en la experiencia en el negocio y confianza con los accionistas; mientras que el equipo gerencial es elegido de acuerdo a capacidades técnicas, habilidades blandas y experiencia en el negocio.

En 2016 asumió como nuevo gerente general de Imperial, Rodrigo Fuenzalida, quien desde el año 2011 se desempeñaba como gerente de operaciones de la empresa.

Ninguno de los miembros del directorio desempeña cargos ejecutivos en la empresa, a fin de mantener la debida independencia en las decisiones.

Para regular posibles conflictos de interés, el directorio adopta las conductas descritas en el Manual de Ética de Imperial y acata las normas establecidas en la Ley 18.046 de Sociedades Anónimas. Asimismo, los directores y principales ejecutivos de la empresa deben suscribir anualmente una declaración de conflictos de interés, en relación a los principales competidores, proveedores y clientes de Imperial, debiendo explicitar si eventualmente tuvieren algún problema de este tipo con alguno de ellos.

Los mecanismos de comunicación para hacer llegar indicaciones o propuestas al máximo órgano de gobierno, también se encuentran regulados por la Ley de Sociedades Anónimas, la cual permite que cualquier accionista envíe una carta con sus inquietudes o solicitud de entrevista al directorio.

La plana gerencial mantiene canales de comunicación abiertos con los diferentes grupos de interés y, especialmente, con sus trabajadores, quienes normalmente canalizan sus inquietudes a través de los encargados de recursos humanos de cada una de las tiendas.

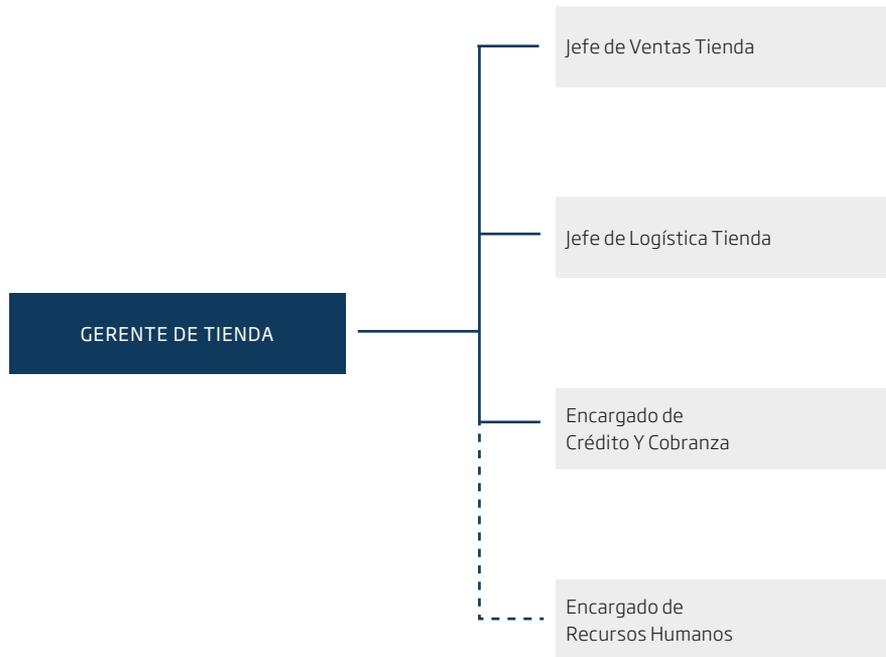
Nombre	Rut	Profesión	Cargo en el directorio	Comité ejecutivo en que participa
Juan Pablo Del Río Goudie	5.898.685-2	Arquitecto	Presidente	
Enrique Gunderman Wylie	9.900.567-k	Ingeniero Civil Industrial	Director	Gestión
Eduardo Mizón Friedemann	9.586.083-4	Ingeniero Civil Industrial	Director	Gestión, Auditoría
Francisco Torres Larraín	7.006.016-7	Ingeniero Civil Industrial	Director	Gestión
Valentín Carril Muñoz	6.617.883-8	Ingeniero Comercial	Director	
Enrique Cabo Osmer	6.245.248-k	Ingeniero Comercial	Director	Gestión, Auditoría, Crédito
Margarita Cabo Osmer	6.245.249-8	Diseñadora Industrial	Directora	



ORGANIGRAMA PLANA EJECUTIVA



En Tiendas la estructura organizacional es la siguiente:



G4-34

G4-36

G4-38

G4-42

El encargado de Recursos Humanos depende de la Subgerencia de Personas.

ESTRUCTURA DE SOSTENIBILIDAD

Desde el año 2015, la Directora Margarita Cabo es la responsable de velar por el pilar estratégico de sostenibilidad en Imperial.

Para asegurar la integración transversal de la sostenibilidad en la organización, en 2016 se estableció un Comité de Sostenibilidad, donde participan todos los Gerentes, el Subgerente de Gestión de Operaciones y Productividad, el Subgerente de Prevención y el Subgerente de Procesos y Sostenibilidad.

De esta manera, cada uno de los integrantes se hace responsable de poner en práctica actividades definidas en el marco del Plan de Acción de Sostenibilidad de Imperial 2016-2020.

La Gerencia de Administración y Finanzas y, particularmente, la Subgerencia de Procesos y Sostenibilidad, están a cargo de coordinar y supervisar la implementación de este Plan, así como del proceso de Reporte y la aplicación del Index de Sostenibilidad, entre otras tareas destinadas a reforzar el compromiso de Imperial con el Desarrollo Sostenible.

COMITÉS EJECUTIVOS

Los directores participan activamente en los ocho Comités Ejecutivos, con el objetivo de establecer lineamientos y realizar propuestas a ser consideradas en la planificación y gestión de Imperial.

A través de estas instancias, el Gobierno Corporativo vela por el cumplimiento de políticas de riesgo y por la continua actualización de procedimientos y controles que permitan a la administración mantenerse dentro del marco establecido.

En estos Comités, constituidos por altos ejecutivos de la empresa, se toman decisiones estratégicas para la empresa en materia económica, social y ambiental.

En el trabajo de los Comités se considera la información obtenida a través de los distintos instrumentos de comunicación que utilizamos con nuestros grupos de interés, como los resultados de las encuestas a clientes NPS y Market Track, y las encuestas dirigidas a nuestros trabajadores, de clima laboral e ISTAS para identificar riesgos psicosociales. De esta manera, se busca considerar la opinión de nuestros grupos de interés en la determinación de impactos, riesgos y oportunidades para el negocio.

Los Comités sesionan mensualmente, a excepción del Comité de Auditoría y Tributario, que se reúne trimestralmente.

Comité de Gestión:

Analiza y supervisa las decisiones estratégicas de alto impacto para la empresa.

Comité de Auditoría:

Revisa y aprueba los resultados de auditorías externas, emite recomendaciones para realizar mejoras en procesos y controles, además de realizar un seguimiento periódico de la gestión realizada por auditoría interna.

Comité de Crédito:

Analiza el estado de las políticas de crédito a clientes.

Comité de Prevención:

Revisa las acciones en materia de prevención de riesgo.

Comité Tributario:

Revisa los procedimientos para la correcta gestión tributaria.

Comité de Sostenibilidad:

Evalúa las políticas, objetivos y metas en el ámbito económico, social y ambiental, incorporando criterios de sostenibilidad. Además está a cargo de revisar y aprobar el Reporte de Sostenibilidad.

G4-14

G4-34

G4-38

G4-46

G4-48



Comité de Tecnología de la Información (TI):

Revisa el estado de las TI en la empresa y el análisis de las inversiones necesarias para el desarrollo en este ámbito.

Team Meeting Comercial (Marketing y áreas de negocios):

Analiza las decisiones y políticas comerciales en relación con proveedores y contratistas.

Comité de Sostenibilidad:

Evalúa las políticas, objetivos y metas en el ámbito económico, social y ambiental, incorporando criterios de sostenibilidad. Además está a cargo de revisar y aprobar el Reporte de Sostenibilidad.

REMUNERACIONES E INCENTIVOS

La política retributiva de Imperial busca incentivar la obtención de las metas definidas y asegurar valores de mercado, que permitan la retención y desarrollo de nuestros gerentes.

Los altos ejecutivos reciben un bono anual, que se obtiene del cumplimiento del Plan de ventas y del Plan de gastos de la empresa, así como por los rendimientos del área, no tan sólo económicos, sino que además vinculados con metas sociales y ambientales, como por ejemplo los resultados de la encuesta de clima laboral y de satisfacción de clientes.

En 2016 la plana gerencial de Imperial percibió remuneraciones e incentivos por un total de M\$1.186.578.727, mientras que en 2015 esta cifra alcanzó los M\$1.184.519.

El directorio de Imperial no recibe dieta ni remuneración.



COMPORTAMIENTO ÉTICO

En Imperial nos regimos por nuestro Manual de Ética, que si bien publicamos en noviembre de 2015, fue en 2016 cuando lo difundimos a trabajadores, contratistas y proveedores.

Desde entonces, todos los trabajadores que se integran a la empresa se comprometen a cumplir con las directrices de este Manual al momento de la firma del contrato, lo cual queda reflejado en la firma de una carta de compromiso.

El Manual se constituye en una guía práctica para orientar nuestra conducta en el marco de los valores que nos inspiran.

En 2016 realizamos algunos ajustes al Manual, con el fin de perfeccionar el documento. Es así que se explicitó que la empresa no realiza contribuciones políticas, ni realiza prácticas anticompetitivas, además de incluir la posición de Imperial con respecto a patrocinios y contribuciones benéficas.

En el Manual se expresa la adhesión de la compañía a los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas. En ese marco, Imperial declara respetar la diversidad sexual, ideológica, política, religiosa y filosófica de sus trabajadores, además de rechazar tajantemente el trabajo infantil y forzoso, el acoso laboral y sexual.

Para el próximo año nos hemos propuesto capacitar a todo el personal en el Manual de Ética, con el objetivo de reforzar nuestros valores corporativos.

En cuanto a la libertad de asociación y negociación colectiva, Imperial respeta este derecho. Sin embargo,

durante el año los trabajadores no se encontraban agrupados en sindicatos. Pese a ello, Imperial promueve un ambiente de respeto basado en una comunicación abierta y transparente, ya sea de manera directa o a través de estructuras formales, como los Comités Paritarios y los Comités de Clima.

> SISTEMA DE INTEGRIDAD DE IMPERIAL

Con el fin de velar por el cumplimiento de un comportamiento ético en la compañía, Imperial estableció un Sistema de Integridad, que se basa en el Manual de ética y en una Estructura de apoyo a la integridad, que busca asegurar que lo declarado en este documento se cumpla en nuestras acciones cotidianas.

La Estructura de apoyo a la integridad establece distintas instancias a las cuales recurrir o informar frente a situaciones irregulares que contravienen lo establecido en el Manual de Ética, Modelo de Prevención de Delitos, leyes, reglamentos, políticas, procedimientos (normas internas y/o externas).

Esta Estructura es liderada por el contralor de la empresa, quien cumple el cargo de coordinador general. Entre sus funciones está recibir las denuncias enviadas por el Consejo Intermedio de Integridad y, de ser necesario, dar curso a la investigación de los casos. Además de definir e implementar acciones de prevención y capacitaciones en materias de



Manual de ética y Estructura de apoyo a la integridad



Contralor de la empresa
Receptor de denuncias



Consejo Intermedio de Integridad
Evalúa las denuncias para derivar su investigación y resolución.



Consejeros de Integridad
Asesoran a los trabajadores en temas de integridad y los ayudan a canalizar las inquietudes y denuncias que les planteen.

integridad. El Contralor es quien recibe directamente la mayor cantidad de denuncias por distintos canales (correo electrónico, cartas y teléfono).

G4-57
G4-58
G4-LA16
G4-HR3
G4-HR12

El **Consejo Intermedio de Integridad**, conformado por representantes de las gerencias de operaciones, logística, comercial y personas, evalúa las denuncias realizadas por cualquiera de los medios existentes, para derivar su investigación y resolución según corresponda.

A su vez, contamos con el rol de **Consejeros de Integridad**, que es ejercido por los encargados de recursos humanos de cada tienda, centro de distribución u oficina de apoyo. Ellos asesoran a los trabajadores en temas de integridad y los ayudan a canalizar las inquietudes y denuncias que les planteen. Son el puente de contacto con el Consejo Intermedio de Integridad.

Adicionalmente, contamos con distintos canales para hacer llegar denuncias o reclamos, como los buzones de reclamos en tiendas, la plataforma para recibir las encuestas de satisfacción de clientes NPS y el fanpage de Facebook.

Para el próximo año esperamos avanzar en esta ruta, con la implementación de un canal de denuncias, para garantizar la confidencialidad del emisor, la investigación y una adecuada solución.

En 2016 se presentaron ocho denuncias relacionadas con acoso laboral, denostación, conflicto de interés y mal uso de beneficios. Del total de denuncias recibidas, el 85% fueron resueltas y un caso se consideró que carecía de fundamento. Durante el año no se registraron casos de discriminación.

N° y tipo de denuncias recibidas

- 3 por acoso laboral
- 1 por denostación
- 1 por conflicto de interés
- 2 por mal uso de beneficio

Medidas adoptadas

- 2 personas fueron desvinculadas tras probarse que existió acoso laboral. La otra denuncia se desestimó, por carecer de evidencia.
- Desvinculación
- Desvinculación
- Desvinculación

Como medida de prevención se reforzaron los procedimientos. A nivel corporativo se abordó nuevamente en la discusión, análisis casos de conflictos de interés. Además se actualizó y capacitó sobre el Reglamento Interno, Higiene y Seguridad y el Manual de Ética a los trabajadores.

> GESTIÓN DE RIESGOS

En el marco de nuestra responsabilidad sobre los impactos que generan nuestras operaciones adoptamos un enfoque de gestión de riesgos, de modo de prevenir, mitigar y remediar su ocurrencia.

En 2016 se realizó una auditoría de control interno SOX, relevando todos los controles existentes y levantando las brechas a trabajar durante 2017.

Conscientes de nuestra responsabilidad sobre los impactos que generan nuestras operaciones, en 2016 desarrollamos cuatro matrices de riesgos con el fin de anticiparnos a estos hechos y tomar las medidas de prevención que permitan disminuir su ocurrencia. Estas matrices abordan los siguientes riesgos: operacionales, de cumplimiento, de seguridad física y de tecnologías de información.

Los miembros de la plana ejecutiva son los responsables de controlar los riesgos de su respectiva área. En tanto, el Gerente General es el encargado de reportar en cada Comité de Auditoría y, anualmente, al Directorio los resultados de la evaluación de los riesgos, a fin de que éste tome las decisiones que correspondan.

Las matrices de riesgos se actualizan trimestralmente e incluyen las mejoras emanadas de dicho proceso.

Durante el 2016, se efectuó el trabajo de levantamiento de riesgos de las matrices antes señaladas, el cual fue realizado por las áreas definidas como responsables por cada una de ellas. En el mes de mayo, este trabajo se presentó al Directorio.

LIBRE COMPETENCIA

En el marco del compromiso de Imperial de cumplir y promover los más altos estándares éticos en su actuar comercial, el respeto de las normas de libre competencia ocupan un lugar esencial.

En 2016 se establecieron las Políticas Generales

de Libre Competencia con el objetivo de promover internamente el cumplimiento de las normas sobre esta materia vigentes en el país.

Con el fin de materializar los compromisos asumidos en las Políticas, se estableció un Sistema de Libre Competencia, el cual contempla capacitaciones anuales a los trabajadores eventualmente expuestos, documentos de apoyo y manual de cumplimiento de la normativa de Libre Competencia, inclusión de cláusulas en los contratos de trabajo y en los contratos con proveedores, entre otras acciones.

En el año se capacitó sobre Libre Competencia a todos los directores y a la plana ejecutiva de la empresa.

MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL EN TIENDAS

Contraloría desarrolla un plan de auditoría, aprobado por el Directorio, que considera todos los riesgos del negocio y prioriza aquellos procesos con mayor vulnerabilidad, entregando los resultados a la alta dirección, mediante informes con las conclusiones y recomendaciones para cada caso.

Durante 2016, Contraloría siguió aplicando el modelo de auditoría continua, a través de un aplicativo sistémico denominado "Panel de Control Remoto", orientado a detectar tempranamente cualquier desviación relacionada con procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. Este panel, junto con abordar procesos centrales, funciona a nivel nacional, en cada una de las tiendas y centros de distribución.

Dentro de las medidas más usuales frente a incidentes detectados en Imperial, destacan las auditorías activadas por denuncias laborales y auditorías de investigación de fraudes. Las situaciones abordadas en los informes emanados de estas auditorías, permiten adoptar medidas como capacitaciones y despidos, de ser necesarios.

En 2016, se realizaron 153 auditorías presenciales y 237 auditorías remotas en tiendas, centros de distribución, plantas y oficinas centrales.



04

NUESTROS TRABAJADORES



La capacitación, el desarrollo integral y la satisfacción de nuestros trabajadores, son fundamentales para sostener el crecimiento y asegurar la competitividad de Imperial.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

En 2016 lanzamos la campaña interna “Dalo por Hecho”, que conlleva el compromiso de cara a los clientes de ser los mejores en precio, producto y crédito dentro de la especialidad de Imperial.

Esta campaña de motivación del personal superó las expectativas proyectadas, puesto que pudimos constatar un mayor entusiasmo y productividad.

La campaña interna apuntaba a motivar a los colaboradores para cumplir nuestra promesa hacia los clientes, involucrando a varias áreas: crédito y cobranzas, operaciones, tienda, mayorista, venta telefónica, logística y abastecimiento, comercial y precios.

El evento realizado en septiembre generó un impacto adicional en el sentido de pertenencia y el nivel de compromiso con la excelencia en el servicio. Esta fue una actividad de camaradería que se realizó a nivel de todas las áreas de Imperial.

Mejorar la satisfacción de nuestros clientes, sin duda, es una de las prioridades de Imperial y el motivo principal de esta campaña, que se ve reforzada con el plan de capacitación anual, que durante el 2016 se enfocó en el desarrollo de habilidades para la atención a clientes, en la fuerza de ventas.

Destaca el Taller Actitud de Servicio en el que participaron las jefaturas de tiendas y el 100% del personal de las mismas, con el fin de reforzar el valor de una buena experiencia de compra y fortalecer la importancia del cliente y la correcta forma de atenderlo.

Los buenos resultados obtenidos, se vieron reflejados

en el mejoramiento del índice de atención a clientes NPS, razón por la cual se espera para el 2017 hacer partícipes de este taller a todos los trabajadores de la compañía.

Durante el año se privilegiaron las capacitaciones cíclicas en todas las tiendas, enfatizando en nuevos productos, así como en soluciones constructivas y tecnológicas para ahorrar tiempo y dinero.

La empresa también da la oportunidad a sus trabajadores de participar en cursos de su interés que no se encuentren dentro del Plan anual de capacitación, pero que sean atingentes a la actividad que desarrollan. Se trata de cursos abiertos y cerrados anuales, que en el 2016 se enfocaron en los siguientes temas: Herramientas de Comunicación Oral y Escrita, Administración del Tiempo, Diseño de Planos y Maquetas en AutoCAD, inglés, Excel, atención al cliente externo, entre otros.

En 2016 el apoyo brindado a los trabajadores para realizar estos cursos, se tradujo en 16.674 Horas.

Como muestra del compromiso de Imperial con el desarrollo de las competencias y habilidades de nuestros trabajadores, en 2016 aumentó el promedio de horas de capacitación por trabajador, pasando de 14,9 en 2015 a 17,1 horas en 2016.

El 100% de los cursos fueron financiados a través de la Franquicia Tributaria SENCE.



G4-22
G4-LA9

Tipo de capacitación	2015	2016
	Horas	Horas
Programa de capacitación anual	8.126	8.224
Cursos abiertos	1.085	1.859
Cursos e-learning (a distancia)	11.806	14.815
Total	21.017	24.898

* Se corrigieron las horas del programa de capacitación anual 2015.

Horas de capacitación por trabajador

	2015	2016
Total de horas capacitación	21.017	24.898
Número de trabajadores	1.413	1.450
Promedio de horas	14,9	17,1

Horas de capacitación por cada trabajador, desglosado por sexo

	2015		2016	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Total de horas capacitación	13.081	7.936	15.532	9.375
Número de trabajadores	1.045	368	1.050	400
Promedio de horas por sexo	12,5	21,5	14,8	23,4

Horas de capacitación por cada trabajador, desglosado por categoría laboral

	2015			2016		
	N° de empleados	Total de horas capacitación	Promedio de horas por categoría	N° de empleados	Total de horas capacitación	Promedio de horas por categoría
Gerentes 1ra y 2da línea	31	266	8,5	26	600	23,1
Jefes y Supervisores	43	472	10,9	41	236	5,7
Administrativo	373	7.598	20,3	391	8.580	21,9
Fuerza de Venta	209	4.088	19,5	207	5.012	24,2
Personal Operativo	757	8.593	11,3	785	10.470	13,3
TOTAL	1.413	21.017	14,8	1.450	24.898	17,1

En el año también se dio inicio a un nuevo modelo de inducción que busca dar un recibimiento más informado a los empleados que se integran a Imperial, involucrando a la respectiva gerencia en la acogida, facilitando su integración a los equipos e informando acerca de sus planes de carrera.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

La Evaluación de Desempeño es una importante herramienta para generar estrategias de desarrollo y alinear el desempeño de las personas con los objetivos de la empresa. Para tal efecto, Imperial aplica anualmente evaluaciones de desempeño a sus trabajadores, las que en 2016 alcanzaron a un 14% del personal, mientras que el año anterior al 25%. La baja en la cobertura de las evaluaciones se debe a que en el periodo 2015 se realizó un programa piloto de evaluación, para crear cultura y conocer el sistema de soporte tecnológico con el

cual se procesan las evaluaciones.

En 2016 sólo se aplicó la encuesta de 45° al personal de Administración y Finanzas y de la Gerencia Comercial, quedando pendiente para el 2017 Gerencia Canal Mayorista, Gerencia Canal Tienda, Gerencia de Logística y Gerencia de Servicios.

Sin embargo, en el período se incorporó la evaluación de 45 grados (Grados o nivel de cargo) al personal de despacho en tiendas para contribuir a su desarrollo de carrera y recibir feedback de parte de su jefatura, proceso que a partir de este ejercicio se llevará a cabo cada seis meses.

Este proceso se sumó a las evaluaciones en 360 grados o integral que utilizamos exclusivamente para los cargos de nivel ejecutivo (gerentes de primera y segunda línea, y jefes y supervisores).

Evaluación de desempeño 2015

	Hombres			Mujeres			Total		
	Total Dotación Masculina	Cantidad de Empleados Evaluados	% Evaluado	Total Dotación Femenina	Cantidad de Empleados Evaluados	% Evaluado	Total Dotación	Cantidad de empleados Evaluados	% Evaluado
Gerentes 1ra y 2da línea	22	19	86%	3	3	100%	25	22	88%
Jefes y Supervisores	255	121	47%	75	47	63%	330	168	51%
Administrativos	54	4	7%	153	8	5%	207	12	6%
Fuerza de Venta	129	107	83%	77	49	64%	206	156	76%
Personal Operativo	594		0%	61		0%	655		0%
Total por Sexo	1054	251	24%	369	107	29%	1423	358	25%

	Hombres			Mujeres			Total		
	Total Dotación Masculina	Cantidad de Empleados Evaluados	% Evaluado	Total Dotación Femenina	Cantidad de Empleados Evaluados	% Evaluado	Total Dotación	Cantidad de empleados evaluados	% Evaluado
Gerentes 1ra y 2da línea	23	22	96%	3	3	100%	26	25	96%
Jefes y Supervisores	30	10	33%	11	3	27%	41	13	32%
Administrativos	111	5	5%	280	2	1%	391	7	2%
Fuerza de Venta	139	2	1%	68		0%	207	2	1%
Personal Operativo	747	142	19%	38	7	18%	785	149	19%
Total por Sexo	1050	181	17%	400	15	4%	1450	196	14%

CLIMA LABORAL

Desde el año 2014 Imperial realiza una medición anual de clima laboral, la cual se ejecuta a través de una encuesta, aplicada en tiendas, administración central, Cedis, plantas y área ventas mayoristas.

En 2016 se respondieron 1.089 encuestas, lo que representa el 78% de la dotación total. Los resultados demostraron una mejor percepción del clima laboral en las mujeres, cuya calificación llegó a un 69%, mientras que en los hombres a un 66%.

Se realizaron 39 comités de clima laboral a lo largo de todas las tiendas del país, implementándose un sistema de monitores internos que se encargan de

socializar los resultados y definir junto a los trabajadores las mejoras necesarias a implementar, lo cual además fomenta el sentido de pertenencia a la organización.

En el marco de estos Comités, en 2016 se instauró otra instancia de reunión, que llamamos capsulas, donde participaron todas las áreas, con cuatro representantes, quienes transmitían la opinión de sus equipos de trabajo. Las opiniones recabadas permiten definir programas para mejorar el clima y priorizarlas para el periodo. Estas actividades influyeron en la mejora de la evaluación de la camaradería en Imperial.

Resultados encuesta de Clima Laboral

Media Global			Credibilidad			Respeto			Imparcialidad			Orgullo			Camaradería		
2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
66%	68%	67%	66%	68%	67%	63%	65%	65%	64%	67%	66%	69%	69%	69%	66%	67%	69%

BENEFICIOS LABORALES Y SOCIALES

BENEFICIOS LABORALES Y SOCIALES

Imperial pone a disposición de todos sus trabajadores una serie de beneficios, para contribuir a su calidad de vida y bienestar. Esto representa la valoración del esfuerzo de nuestro personal al crecimiento de la empresa.

Gracias al trabajo de los comités de clima laboral, cada año se han ido sumando nuevas iniciativas, definidas por los propios trabajadores.

Política de becas: fondo para apoyar a los trabajadores que por su potencial necesitan aumentar sus conocimientos, correspondiente al 50% del pago del arancel de los estudios.

Espíritu Imperial: los gerentes y jefaturas de todas las áreas de Imperial eligen a los mejores 25 colaboradores de cada trimestre del año, quienes son reconocidos con una carta, un diploma y un incentivo económico de \$ 150.000.

Tarde libre el día de cumpleaños: beneficio para los trabajadores con contrato indefinido.

Venta con descuentos a personal de Imperial: acceso a comprar en la tienda, con el beneficio de obtener descuentos directos.

Convenio cuenta prima Banco Falabella: los trabajadores que ingresan se incorporan a este convenio y los antiguos lo hacen de manera voluntaria. Este beneficio consiste en costo 0 en la mantención de la tarjeta CMR y descuentos en los supermercados Tottus.

Junto con ello la empresa siguió otorgando a todos sus trabajadores una serie de beneficios, que buscan mejorar sus condiciones de salud y seguridad, así como su calidad de vida.

Salud

El 80% de nuestro personal, tanto de jornada completa como jornada parcial y sus cargas familiares, cuenta con el seguro complementario de salud Sermecoop, el cual les permite acceder a reembolsos por gastos médicos y financiar el copago que no fue cubierto por el Sistema de Salud (Fonasa o Isapre). El aporte recibido por Sermecoop fue de \$305.481.477, correspondiente al periodo de contrato del 1 de octubre del 2015 al 30 de septiembre del 2016.

Por medio de Sermecoop los trabajadores contaron con una bonificación por familia de \$6.000 para la compra de vacunas contra la influenza, gasto que era reembolsado.

Se realizaron exámenes médicos a todo el personal de las tiendas del sur del país con la ayuda de Cesfam, además de talleres de vida saludable a cargo de nutricionistas.

Caja de Compensación

La empresa está afiliada a la Caja de Compensación Los Andes, por lo que a través de ella los trabajadores pueden acceder a una serie de beneficios, tales como bonos de educación, acceso a centros recreativos, convenios médicos y dentales, créditos, entre otras prestaciones.

Con el fin de acercar estos beneficios a los trabajadores, en la sede central de Imperial, ubicada en la comuna de La Granja en Santiago, contamos con una estación de trabajo de Caja Los Andes donde un ejecutivo atiende los requerimientos del personal.

Apoyo al deporte

La empresa participó el año 2016 en el campeonato de futbolito de la Cámara de Comercio de Santiago, logrando llegar a los cuartos de final de esta competencia.

Celebraciones

En septiembre se realizó la campaña Dalo por hecho, la cual involucró a toda la compañía.

Además, nuevamente realizamos el paseo de fin de año para los trabajadores de Santiago en el recinto de Pirque de la Caja de Compensación Los Andes y en provincia se realizó la misma actividad en recintos particulares, con apoyo financiero de la empresa.

Actividades para las familias

En tiendas del Sur se realizaron charlas de oficios a familias de los trabajadores para que puedan generar nuevos ingresos.

NUESTRA DOTACIÓN

Imperial contribuye a la empleabilidad local mediante sus políticas de selección, que buscan privilegiar a los habitantes de las comunidades aledañas a sus tiendas, bodegas y centros de distribución. Para ello, se vincula con los municipios, a través de sus Oficinas de Intermediación Laboral, cuando se generan nuevas vacantes que no son cubiertas por los concursos internos.

Imperial, además, ha establecido convenios para prácticas laborales con colegios y liceos técnicos vecinos, con el fin de poner a disposición espacios para fortalecer su aprendizaje y mejorar sus

empleabilidad futura. Muchos de estos alumnos siguen trabajando en la empresa, una vez finalizada la enseñanza media.

En relación a los ejecutivos, Imperial cuenta con gerentes y jefes provenientes de cada localidad, encargados de la gestión local de la compañía.

Al 31 de diciembre de 2016 la dotación de Imperial estaba compuesta por 1.450 trabajadores, un 2,6% más que el año anterior, lo cual responde a la rotación y no a la creación de nuevos cargos. De este total, el 72,4% corresponde a hombres, mientras que el 27,5% a mujeres, las que se desempeñan principalmente en el área administrativa. Destaca el incremento de un 8,25% de la dotación femenina con respecto a 2015.

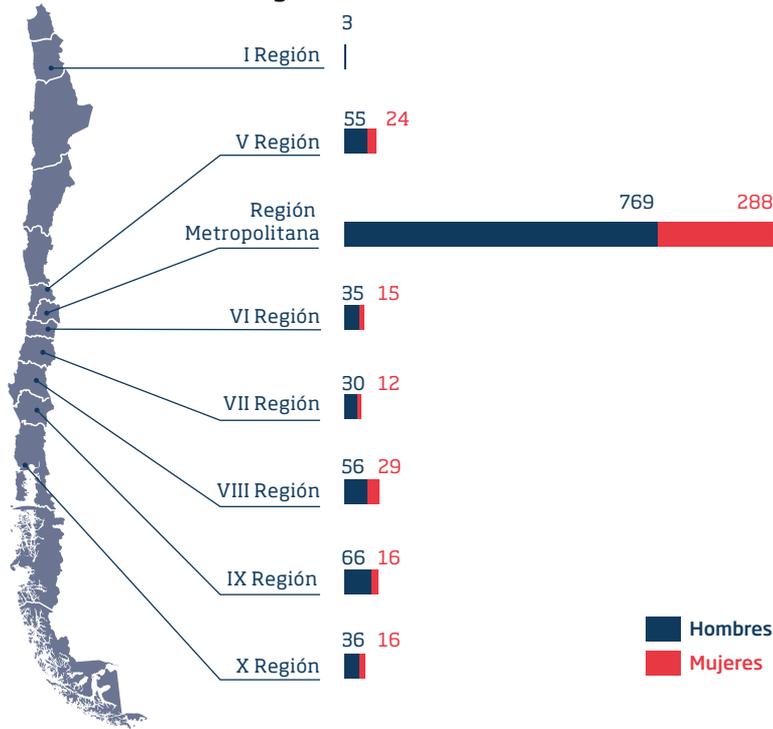
El personal part time corresponde a un 4,41% del total de la dotación. Estos trabajadores se desempeñan en el área de operaciones de tienda.

La mayor parte de nuestros trabajadores se concentran en la Región Metropolitana, donde opera la mayoría de nuestras tiendas y nuestra oficina de administración central.

8,25%

Incremento de la dotación femenina con respecto a 2015

Nuestra dotación a lo largo de Chile



En Imperial buscamos fortalecer nuestra cultura organizacional, fomentando la retención y para esto la oferta de un contrato indefinido se constituye en un importante estímulo. Es por esta razón, que en 2016 el 92,2% de los trabajadores se encontraba bajo esta condición, mientras que el año anterior fue de un 93,7%.

Dotación por tipo de contrato

	2015		2016	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato Indefinido	979	346	975	362
Contrato Plazo Fijo	48	13	36	13
Contrato Part Time indef	9	5	29	19
Contrato Part Time fijo	10	3	10	6
Total por sexo	1046	367	1.050	400
Total		1.413		1.450

El 54% de nuestros trabajadores corresponde a operarios y el 52% del personal se encuentra en un rango etario entre 30 y 50 años.

G4-10

G4-LA1

Dotación según cargo y sexo

	2015		2016	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes 1ra y 2da línea	28	3	23	3
Jefes y Supervisores	27	16	30	11
Administrativo	109	264	111	280
Fuerza de Venta	151	58	139	68
Personal Operativo	730	27	747	38
Total por sexo	1.045	368	1.050	400
TOTAL		1.413		1.450

Durante el año 2016, se incorporaron a nuestro equipo un total de 554 nuevos trabajadores, lo que corresponde a un 38,2% de la dotación total de Imperial. Esto se debe a la rotación, por lo que la cifra no refleja la creación de nuevos cargos.

Nuevas contrataciones por edad

Rango de edad	2015		2016	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	254	65	276	65
Entre 30-50 años	144	48	138	47
Mayores de 50 años	24	6	19	9
Total por género	422	119	433	121
Total consolidado		541		554

Nuevas contrataciones por región

Año	2015		2016	
Región	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
I Región		4		3
V Región	34		9	21
VI Región	19		4	12
VII Región	15		4	12
VIII Región	30		7	7
IX Región	12		1	20
X Región	49		18	26
Región Metropolitana	259		76	332
Total por género	422		119	433
Total consolidado			541	554

La tasa de rotación del año llegó a un 35,3%, concentrándose en los trabajadores menores de 30 años, mientras que en 2015 fue de 33,8%. La rotación se concentra en los trabajadores que están por debajo de los 30 años y en cargos operarios.

Egresos según región

Año	2015		2016	
Región	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
I Región		4		
V Región	36		6	27
VI Región	22		2	6
VII Región	9		3	11
VIII Región	25		6	26
IX Región	12		1	11
X Región	22		5	
Región Metropolitana	261		65	280
Total por género	391		88	361
Total consolidado			479	457

En Imperial favorecemos un mercado laboral inclusivo, prueba de ello es que en 2016 contamos con 44 trabajadores extranjeros, superando con creces a los 17 trabajadores del año anterior. Del mismo modo, contamos con cuatro trabajadores en situación de discapacidad física e intelectual, quienes demuestran que la inserción socio laboral es posible y necesaria.

REMUNERACIONES DEL PERSONAL

La remuneración mínima en Imperial, al mes de diciembre de 2016, fue de \$369.519, monto superior en un 140% al mínimo legal del país de \$264.000. La tabla muestra las categorías de cargo cuya base de cálculo es el salario mínimo más una remuneración variable asociada a la productividad y rendimiento del trabajador.



	Administrativo		Vendedores		Operadores	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Salario Inicial (CLP)	369.259	418.081	913.556	890.933	526.069	433.314
Salario Mínimo (CLP)	264.000	264.000	264.000	264.000	264.000	264.000
Relación %	1,40	1,58	3,46	3,37	1,99	1,64

La empresa mantiene condiciones de remuneración similares para hombres y mujeres ante el mismo cargo. Las diferencias se producen por los rendimientos individuales y los diferentes cargos que componen cada una de las categorías presentadas.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

El compromiso con la seguridad de Imperial está expresado en la Política de Medio Ambiente, Seguridad y Salud Ocupacional, donde asume la responsabilidad de proporcionar a sus trabajadores, contratistas, subcontratistas y clientes un ambiente de trabajo seguro y saludable, además de proteger los recursos materiales de la empresa y el medio ambiente.

Para materializar este compromiso, implementamos el Programa de Prevención de Riesgos, que nos permite identificar, evaluar y controlar los peligros a los que nos podemos ver expuestos en nuestro ambiente laboral.

Es por esto que nuestra empresa ha sumado a las actividades ya realizadas, "Mes de la prevención y "Campaña 100 días sin accidentes", nuevas instancias que nos permitan promover de manera transversal la seguridad y salud ocupacional entre nuestros trabajadores.

- Campaña de autocuidado y entrega de premio, consistente en gift card mensuales, a cada tienda, bodega o planta.
- Curso online de temas de prevención de riesgos relevantes al cargo.
- Auditorias mensuales de prevención de riesgos
- Levantamiento de matriz medioambiental.

11,7%

Disminuimos en 11, 7% la tasa de siniestralidad en 2016

PREVENCIÓN DE RIESGOS

En Imperial contamos con 17 Comités Paritarios, que están conformados por tres representantes titulares de la empresa y tres representantes titulares de los trabajadores, con sus respectivos suplentes. Los Comités, que representan al 96% de los trabajadores de Imperial, tienen por función resguardar las condiciones de trabajo, en términos de prevención de riesgos, enfermedades profesionales e higiene.

La meta para el 2016 era disminuir en un 10% la tasa de siniestralidad y se disminuyó en 11,7%, logrando cumplir la meta señalada, lo que significó 231 días menos de licencias médicas por accidentes del trabajo.

Imperial presenta una constante disminución en las tasas de siniestralidad y accidentabilidad, así como en el número de días perdidos, como resultado de un trabajo permanente de la Sub Gerencia de Prevención, con el apoyo de la Gerencia de la Compañía, la ACHS y los Comités Paritarios.

Destaca la labor que realiza el Comité de Prevención, encabezado por el Gerente General de la compañía, el cual una vez al mes aborda, evalúa y aprueba la aplicación de mejoras ingenieriles o protocolos de seguridad para la empresa.

La tasa de accidentabilidad, que mide porcentualmente el número de accidentes del trabajo en relación al número promedio de trabajadores, fue de 7,6.

Se registraron 107 accidentes durante el periodo del reporte, siendo las lesiones graves en extremidades superiores, siendo las manos las de mayor ocurrencia.

La tasa de siniestralidad expresa la gravedad de los accidentes registrados en el periodo y un factor que incide directamente en ella son los días perdidos. En 2016 la tasa de siniestralidad fue de 123,2.

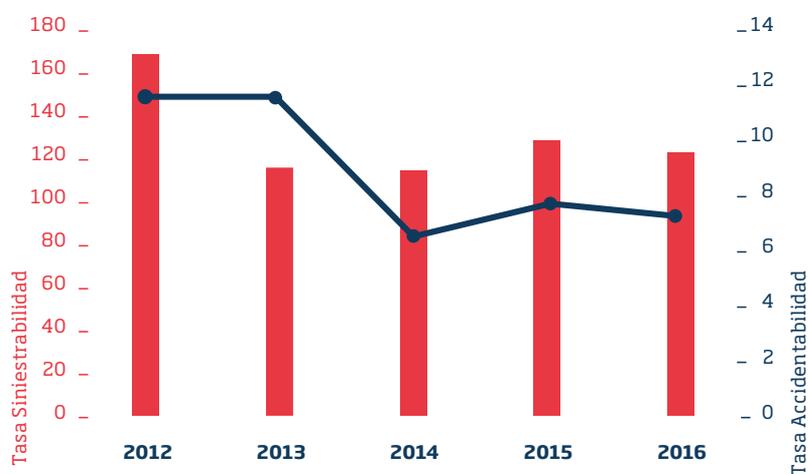
Año	Inasistencias injustificadas	Accidentes de Trabajo	Tasa de ausentismo
2015	1,5	0,3	1,8
2016	1,6	0,3	1,9

Fuente: ACHS

Año	N° Accidentes	N° Días Perdidos	Tasa Siniestralidad	Tasa Accidentabilidad
2015	115	1.980	144,2	8,4
2016	107	1.746	123,2	7,6

Fuente: ACHS

Evolutivo tasas



Fuente: ACHS.

RIESGOS PSICOSOCIALES

Por segundo año aplicamos la encuesta de Riesgos Psicosociales ISTAS 21, con el propósito de detectar situaciones y condiciones en el trabajo que pueden generar riesgos a la salud física, psíquica y social, afectando la motivación y el desempeño de nuestros trabajadores.

Los resultados demostraron la necesidad de asignar una mayor prioridad a estos riesgos y realizar acciones de mejora que nos permitan superar las brechas detectadas. Por eso se incluyó este tema en el plan estratégico de la empresa y nos comprometimos a realizar un plan de trabajo para abordar todas las áreas en riesgo y estabilizarlas, con el fin de que al 2021 ninguna se encuentre en alerta crítica.

05

NUESTROS PROVEEDORES





- En Imperial **reconocemos a nuestros proveedores como socios estratégicos y relevantes para el logro de nuestros objetivos**, por lo que nos esforzamos por mantener una relación basada en el respeto mutuo y la transparencia.



En 2016 nos propusimos dar un paso más allá en el fortalecimiento de esta relación virtuosa, a través de la implementación del Modelo de Transparencia Comercial Imperial (TCI), destinado a asegurar una actitud de equidad y empatía en la relación de la empresa con nuestros proveedores.

Durante el año, la Gerencia Comercial dio inicio a un proceso de sensibilización sobre este Modelo y nuestra estrategia de sostenibilidad, a través de charlas dirigidas a proveedores nacionales. De esta manera, buscamos incentivar la adopción de nuestros estándares y la normativa vigente, favoreciendo un trabajo conjunto basado en reglas claras.

En las charlas participaron 30 proveedores, entre grandes y medianos, que constituyen el 70% de las compras.

Para el 2017 esperamos finalizar este proceso de alineamiento a las directrices corporativas de prácticas de abastecimiento responsable, con la publicación de la Política de Transparencia Comercial de Imperial, marco normativo formal de autorregulación, enfocado tanto en la relación comercial como en las conductas y normas de operación responsable, y de sostenibilidad con nuestros proveedores.

Por otra parte, en 2016 establecimos la Política de Auditorías a Fábricas e Inspecciones de Control

de Calidad en Origen para todos los proveedores extranjeros, y mantuvimos la implementación del sistema de control de calidad a los embarques provenientes de China.

Producto de ello, durante el periodo detectamos un caso de vulneración a los derechos humanos de trabajadores de un importante proveedor chino, lo que significó la cancelación del contrato.

Producto de ello, durante el periodo detectamos en la fábrica de un importante productor chino, condiciones insuficientes de calidad del aire por carecer de extractores de humo y gases tóxicos; además de no contar con elementos de protección personal para sus empleados, como máscaras respiratorias y tapones auditivos, lo cual representa una vulneración a los derechos humanos. Frente a esta situación la empresa decidió cancelar el contrato.

Considerando la importancia de detectar oportunamente este tipo de riesgos, en 2016 y en el marco del Plan de Acción de Sostenibilidad, la Gerencia de Logística comenzó a desarrollar una Matriz de riesgo en la cadena de suministro y su aplicación piloto en un grupo de proveedores.

El objetivo es asegurar el abastecimiento de productos en la compañía para soportar la venta y, al mismo tiempo, realizar un uso sostenible de los recursos

de los distintos actores que participan en la cadena de abastecimiento.

El plan piloto 2016 consideró a un grupo de proveedores, con el cual se realizó un trabajo conjunto para revisar el cumplimiento de normativas vigentes, manejo responsable con el medio ambiente de los productos, relación con trabajadores y la comunidad.

A través del Departamento de Control de Calidad, también buscamos asegurar que los productos que necesiten certificaciones en destino por las distintas instituciones fiscalizadoras, como la SEC, cuenten con los permisos necesarios para su comercialización. En el marco de esta labor, en 2016 se determinó

eliminar la venta de productos con Zamac, que no cumplen con la norma sanitaria de agua potable y se puso a la venta un nuevo mix de pinturas acuosas como alternativa a los solventes.

Cabe señalar que compartimos varios de nuestros proveedores con Sodimac, lo cual nos asegura contar con los mejores productos y el respaldo de fabricantes de confianza, puesto que han sido sometidos a estrictos controles de calidad y seleccionados de acuerdo a criterios de sostenibilidad, como contar con un ambiente adecuado de trabajo, el uso de elementos de seguridad y el respeto por las normas nacionales y acuerdos internacionales en materia laboral.

Cadena de suministro Imperial

Proveedores de productos

- 162 Fabricantes
- 21 Intermediarios
- 73 Distribuidores

Proveedores de servicios

- Contratistas
- Consultores

Nuestros proveedores de servicios contratistas se agrupan de la siguiente manera:



- Servicios de seguridad física: guardias de seguridad.



- Servicios logísticos operarios de aseo: mantención y limpieza de oficinas, salas de ventas y bodegas.



- Servicios logísticos operadores de grúa: movimiento, carga y descarga de material en tiendas y bodegas.



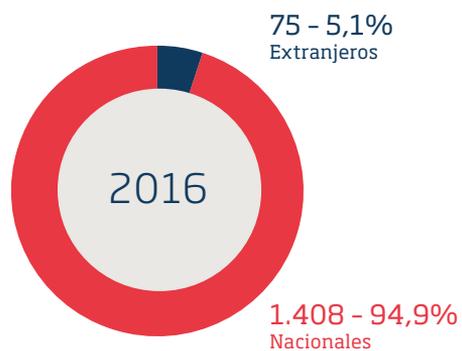
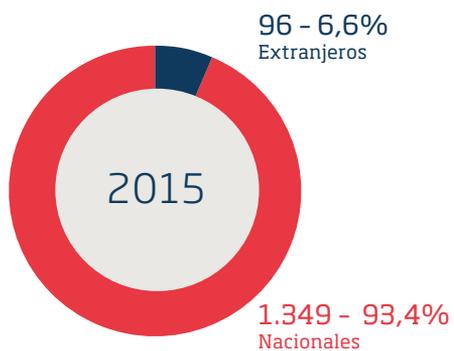
- Servicios de Transporte: Para el despacho de nuestros productos entre instalaciones y despacho a domicilios.



56%

de los proveedores de Imperial son Pymes y al 95% se les paga a 30 días o menos.

Participación de proveedores





Dicho personal se mantiene trabajando en jornada completa, siendo un aporte fundamental al funcionamiento y operación de nuestras instalaciones. En el área logística actualmente trabajan en promedio 12 personas en la modalidad de subcontratación, en tareas de descarga de contenedores, armado de productos, re empaques y tareas de apoyo en general a la operación. Esto representa cerca del 8% del total de la dotación del área.

INICIATIVAS EN BENEFICIO DE NUESTROS PROVEEDORES

Imperial se esfuerza por contribuir al desarrollo de sus proveedores a través de diversas iniciativas, destacando el compromiso de pagar en un plazo no superior a 30 días a las pequeñas y medianas empresas, incluso llegando a un promedio de 13 días en el caso de los más pequeños. De esta manera, se busca contribuir al impulso de las Pymes, otorgando mayor estabilidad y confianza en las relaciones comerciales.

56% de los proveedores de Imperial son Pymes y al 95% se les paga a 30 días o menos.

Otra acción destacada, que ha permitido mejorar el flujo de información hacia los proveedores, es el Portal B2B 2.0, a través del cual pueden acceder en forma online a sus órdenes de compra. Esto permite reducir los tiempos de los proveedores en el procesamiento de las mismas y aumentar los niveles de cumplimiento de las entregas. Los proveedores además tienen la posibilidad de agendar sus entregas

en los centros de distribución y, próximamente, en las tiendas, permitiendo un uso más racional y veloz de su propia flota de camiones que realiza las entregas.

Por otra parte, la entrada en operación de la bodega La Martina tiene un impacto positivo sobre los proveedores, puesto que contar con un centro de distribución central significa un ahorro de costos para ellos, dado que entregan su mercadería en un solo lugar. Lo mismo aplica para los camioneros, que además ven disminuidos los tiempos de espera.

Sabemos que tenemos desafíos en relación al aprovisionamiento responsable, por lo que esperamos en los próximos años avanzar en esta ruta, mediante la realización de un plan de relacionamiento con proveedores para fortalecer los canales de diálogo, caracterización y segmentación de proveedores con criterios de sostenibilidad, para concluir con una estrategia para el desarrollo de proveedores sostenibles.

06

NUESTROS CLIENTES





El permanente foco en la calidad de la atención que se brinda a los clientes de Imperial llevó a diversas iniciativas tangibles, contribuyendo a mejorar la calidad del servicio ofrecido por la compañía.



En la constante búsqueda de innovar para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, en 2016 se implementó el proyecto autoservicio en la Tienda de Huechuraba, la primera en contar con un modelo que permite a los clientes que requieren productos portables retirarlos directamente de la góndola, subirlos al carro y dirigirse a las cajas para cancelar y retirarse sin tener que esperar por un vendedor o por el área de despacho.

Este modelo agiliza la atención para aquellos clientes que no requieren asesoría y no llevan productos de gran volumen, liberando de esta forma tiempo de los vendedores para atender al público que necesita orientación. Además, permite al área de despachos atender con más eficiencia a los clientes que llevan mercadería que necesita ser movilizada con equipamiento.

Considerando las recomendaciones de nuestros clientes y trabajadores, seguiremos mejorando la implementación de este modelo, para en un futuro cercano replicarlo en otras tiendas de nuestra cadena.

También se completó en todas las tiendas la instalación de tótems de autoservicio, para autogestionar la compra y pasar directamente a caja cuando no se necesita asesoría comercial. Actualmente existen 100 tótems, donde el cliente puede encontrar los productos disponibles, subirlos a un carro virtual y generar su vale para pagar en caja y contar con un despacho preferencial para llevarse sus productos de forma expedita.

CALIDAD DEL SERVICIO

En el año se lanzó una nueva campaña interna denominada "Dalo por Hecho", que conlleva el compromiso de cara a los clientes de ser los mejores en precio, producto y crédito dentro de la especialidad de Imperial. Esto se traduce en una serie de puntos que permiten a los usuarios comprobar que la cadena es la mejor alternativa de solución para sus proyectos: precio menor del mercado, la mayor variedad de productos para el mueblista/contratista de la construcción y el crédito más conveniente.

Adicionalmente, logramos completar el sistema de gestión visual en todas las tiendas, lo que permite focalizar los esfuerzos hacia una mejor y más eficiente atención al cliente.

Por otro lado, la implementación del modelo de personal part time (comenzado en 2015) demostró su utilidad para atender de mejor manera y en todo momento a los clientes según el tráfico en las tiendas. Esta iniciativa se complementó con el "Taller Actitud", mediante el cual se capacitó a todo el personal que atiende público para ofrecer un mejor servicio.

Se realizaron varias acciones para mejorar la experiencia de compra, destacando la implementación de una Zona de Espera para los clientes en la tienda de Mapocho y progresos en las áreas de exhibición de productos de toda la cadena.

También contamos con la aplicación Imperial disponible en APP, tanto en Android como Iphone, para facilitar el proceso de compra de nuestros clientes. El desafío es seguir agregando funcionalidades para que la experiencia de compra sea cada vez más satisfactoria.

SATISFACCIÓN DE CLIENTES

El modelo Net Promoter Score (NPS) se ha constituido en el principal canal de escucha hacia nuestros clientes, puesto que nos permite conocer y responder oportunamente a sus necesidades.

A través de encuestas recibidas en los módulos de atención NPS ubicados en las tiendas, recogemos las opiniones de los visitantes sobre su experiencia de compra, las cuales son analizadas diariamente, con el objetivo de realizar cambios y mejoras para satisfacer sus expectativas y exigencias.

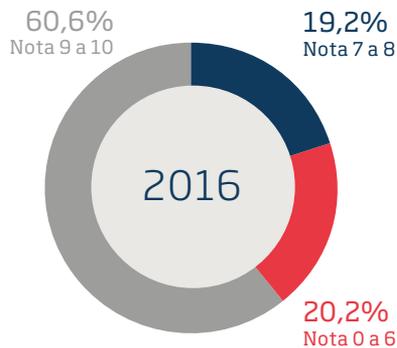
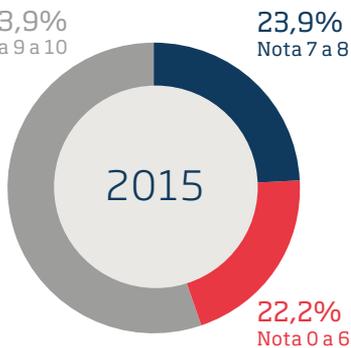
Con la implementación de módulos de atención NPS en las tiendas de Vespucio y Huechuraba, se logró dotar a todos los locales de la compañía con estos módulos. Gracias a ello, se recibieron 13.243 encuestas en total por esta vía, mostrando un

crecimiento de 127,6% en la muestra respecto al periodo anterior.

Como consecuencia de las diversas y sostenidas acciones realizadas para mejorar la calidad de servicio y experiencia de compra, en 2016 el Índice Net Promoter Score (NPS) aumentó en un 27% con respecto al año anterior, llegando a 40,4 puntos, el más puntaje más alto obtenido desde desde la implementación del sistema en mayo de 2014.

De las respuestas recibidas en 2016, destaca que frente a la consulta si recomendaría a un amigo o familiar una tienda Imperial, en una escala 1 a 10, el 60,6% respondió con nota 9 a 10.

Encuesta de satisfacción





CANALES DE COMUNICACIÓN

De manera complementaria a la medición NPS, contamos con otros canales de comunicación con nuestros clientes. Estos son:

- Call center para atención de clientes
- Buzones en tiendas
- Libros de reclamos
- Correos electrónicos
- Página web y fan page de Facebook
- Línea directa y cartas al Sernac

En 2016 aumentó considerablemente el número de seguidores en la fan page de Facebook, pasando de 5.000 a 89.000, convirtiéndose en una comunidad activa con comunicación constante. En este sentido, buscando estrechar la cercanía con dicha comunidad, se hizo un llamado para que los clientes publicaran sus trabajos en la fan page, eligiéndose los mejores para formar parte del calendario Imperial del año 2017.

APOYO A LAS MIPYMES

En Imperial nos caracterizamos por brindar una permanente asesoría a nuestros clientes y en el caso de los micro y pequeños empresarios mueblistas y maestros especialistas, atención personalizada, asesorías para formalizar sus emprendimientos, acceso a créditos flexibles y capacitación para el desarrollo de sus proyectos.

Con el propósito de entregar herramientas a nuestros clientes para desarrollar de mejor manera su trabajo cotidiano e incorporar los últimos adelantos de la industria, en 2016 se llevó a cabo en Santiago el

tradicional seminario para mueblistas, que congregó a 34 empresas; tres noches mueblistas en Rancagua, Concepción y Puerto Montt, contando con la participación de 90 empresas; y clínicas en tienda.

Para el 2017 esperamos formalizar un programa dirigido a las Micropymes, dado que reconocemos la influencia en la materialización de los sueños y proyectos de este importante segmento de clientes, que habitualmente se concentran en los alrededores de nuestras tiendas.

En Imperial nos esforzamos por aplicar una política comercial justa y transparente, entregando información clara y completa para facilitar una correcta decisión de compra.

El trabajo de posicionamiento de la empresa y sus marcas se tradujo en 2016 en un rediseño de la imagen en las tiendas de Imperial, buscando que los clientes que ingresan a uno de los puntos de venta siempre se encuentren con un mismo formato.

Durante el año, Imperial mejoró su posicionamiento, concentrando junto a Sodimac las menciones espontáneas de marca.

Imperial registra un 96% de conocimiento total, un 76% de recuerdo espontáneo y un 35% de top of mind.

En materia de publicidad y marketing cumplimos con los estrictos parámetros de ética de Sodimac, quien adhiere de voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los Principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). No obstante, quisimos ir un paso más adelante y durante el 2016 nos propusimos fortalecer el comercio y marketing responsable, lo cual implicó revisar y alinear nuestras campañas publicitarias al enfoque de la sostenibilidad.

Como resultado de este esfuerzo, durante el año se modificó la temática de la imagen del calendario de Imperial, por considerarse publicidad sexista. En reemplazo, realizamos el concurso Construye una estrella, donde incentivamos a nuestros clientes mueblistas a subir a nuestra fan page sus trabajos.

Los cuatro mejores proyectos fueron premiados y formaran parte del calendario Imperial 2017.

Adicionalmente, la empresa empezó a comercializar agua purificada Latel, cuya utilidad se entrega en un 100% a fundaciones que apoyan a personas en situación de vulnerabilidad. De esta manera, buscamos involucrar a nuestros clientes en iniciativas de sostenibilidad.

A ello se suma nuestra línea de productos ecoeficientes, que demuestran nuestro compromiso de ofrecer a nuestros clientes una alternativa de consumo sostenible.

Cabe destacar que Imperial maneja la información de sus clientes con estricto apego a la normativa vigente, guardando absoluta confidencialidad sobre los datos personales.

Durante el año no se registraron reclamos relacionados con violación a la privacidad o fuga de la información y tampoco incumplimientos a normativas relacionadas con el marketing.

Para los próximos periodos y en el marco del Plan de Acción de Sostenibilidad hemos definido una serie de metas para mejorar la gestión con proveedores, entre las cuales destaca: la aplicación del cuestionario SEDEX que utiliza Sodimac, con el fin de hacer seguimiento a las prácticas en la cadena de suministro y reducir riesgos; publicar la Política de Transparencia Comercial; aumentar la venta de tableros melamínicos de baja emisión, entre otras.



07

DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL



En el marco de su compromiso con la sostenibilidad, **Imperial busca desarrollar su actividad con respeto y cuidado sobre el medio ambiente,** lo que se traduce en un esfuerzo permanente por evaluar y mitigar sus impactos, así como realizar un uso eficiente de los recursos e incorporar líneas de productos ecoeficientes.

Durante el 2016 la Sub Gerencia de Prevención asumió la gestión medioambiental de la empresa, comenzando con el desarrollo de una Matriz Medioambiental destinada a levantar todos los riesgos asociados a los procesos de Imperial. Con este valioso insumo se trabajará durante el 2017 en el desarrollo de una política medioambiental, un programa y procedimientos.

Un hito importante alcanzado en el período fue la habilitación de sistemas de máquinas de corte con aspiración centralizada en las tiendas de Maipú, Reñaca y San Bernardo, lo que significó que un 84% de la maquinaria para corte de Imperial se encuentre dotada con un mecanismo que minimiza

las emisiones de polvo que ésta produce, beneficiando a empleados, clientes y al entorno. El monto de esta inversión ascendió a \$147 millones de pesos.

En relación a la gestión de ruidos, hemos disminuido la cantidad de motores de los antiguos sistemas de aspiración, lo cual ha llevado a reducir el nivel de ruido en los puestos de trabajo.

Como medida de prevención, se solicitan mediciones de ruido ambiental periódicamente a la Mutual, cuyos informes permiten mantener control y generar medidas correctivas. A ello se suma el uso obligatorio de Elemento de Protección Personal (EPP), y continuas medidas ingenieriles que vamos implementando.

MANEJO DE RESIDUOS

En el año se implementó un plan integral para el manejo de residuos, el cual nos entregó los lineamientos para controlar de mejor manera nuestros residuos, generando frecuencias y mejoras en el proceso de retiro.

En las tiendas del sur se implementó un sistema de reciclaje participativo, que implicó la instalación de

basureros diferenciados para plásticos, zunchos, papel, cartón, madera y latas. Los residuos fueron procesados por las empresas Gesma y Ecoser, quienes los destinaron a biomasa para combustión.

En relación a los residuos peligrosos, los líquidos y sólidos inflamables, así como los corrosivos son incinerados (combustión masiva).

Residuos no peligrosos

Tipo de residuos	Peso de los residuos		Método de eliminación de residuos
	2015	2016	
Despunte de madera	1.920 T	1.835 T	Biomasa
Basura	2.668 T	1.593 T	Vertedero
Cartón	11 KG	584 KG	Reciclaje
Aserrín	414 TON	954 TON	Biomasa

Residuo peligroso

Peso de los residuos Kg.	Método de eliminación de residuos	
	2015	2016
6.518	5.654	Retiro de empresa especializada
		Retiro de empresa especializada

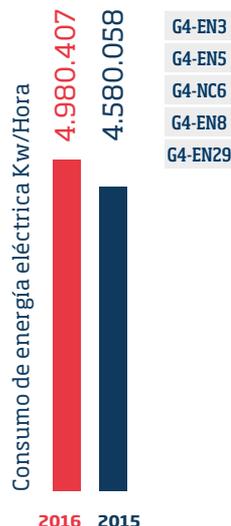
CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Durante el 2016 se puso en marcha un sistema de iluminación LED en las tiendas remodeladas y en los nuevos locales (Huechuraba, Puerto Montt, Concepción y Mapocho bodega portable).

Sin embargo, en 2016 se incrementó en un 8% el consumo de energía eléctrica con respecto al año anterior, como consecuencia de la estandarización y normativa de LUX que aplica a cada unidad, la incorporación de la tienda Puerto Montt y las nuevas instalaciones de la Bodega La Martina.

La intensidad energética, que determina el consumo de energía eléctrica en función del número de trabajadores, en 2016 llegó a 3.432 Kw. por trabajador, lo que significa un leve aumento con respecto al año anterior que fue de 3.333 Kw. por trabajador, como consecuencia del aumento de trabajadores registrados en 2015.

Fuente: informe consolidado entregado por empresa de distribución de energía.



G4-EN3
G4-EN5
G4-NC6
G4-EN8
G4-EN29

CONSUMO DE GAS

En 2016 producto del crecimiento de la empresa, con la apertura de la tienda Puerto Montt y la Bodega La Martina, se incrementó el consumo de gas.

Fuente: informe consolidado entregado por empresa de distribución de gas.



CONSUMO DE AGUA

También se registró un aumento del consumo de agua, como consecuencia del crecimiento de la empresa, de manera proporcional a los M² construidos.

Durante el 2016 no se recibieron reclamos, multas ni sanciones por incumplimientos a la normativa medioambiental.

Fuente: informe consolidado entregado por empresa de distribución de agua.





08

**COMPROMISO
CON LA
COMUNIDAD**



Imperial **procura desarrollar su actividad respetando a la comunidad donde está presente** y se distingue por colaborar en iniciativas que contribuyan a mejorar la formación y habilidades para una futura inserción laboral de jóvenes de sectores vulnerables.

Considerando que formamos parte de la comunidad donde están emplazadas nuestras tiendas y que generamos una serie de impactos positivos y también negativos producto de la actividad que desempeñamos, buscamos ser buenos vecinos y aportar al desarrollo de nuestro entorno.

En el marco del Plan de Acción de Sostenibilidad de Imperial establecimos como una de las primeras medidas en este ámbito, el desarrollo de un mapeo de la comunidad. Este trabajo, liderado por la Sub Gerencia de Procesos y Sostenibilidad, consistió en definir a los grupos prioritarios de la comunidad adyacente a las tiendas o centros de distribución de la compañía. En base a ello durante el 2017 nos abocaremos a establecer una estrategia de relacionamiento comunitario, que busque generar valor compartido.

No obstante, hemos seguido desarrollando actividades con la comunidad, siendo una de las más permanentes y con mayor impacto, el Programa de Formación Dual, el cual consiste en que los estudiantes de educación

técnica profesional combinen el aprendizaje en la sala de clases con capacitación dentro de la empresa. De esta manera, adquieren experiencia laboral, lo cual facilita la posibilidad de realizar prácticas profesionales y mejora su posibilidad de empleabilidad a futuro.

PROGRAMA FORMACIÓN DUAL

Durante el 2016 seguimos desarrollando actividades con la comunidad, siendo una de las más permanentes y con mayor impacto, el Programa de Formación Dual, el cual consiste en que los estudiantes de educación técnica profesional combinen el aprendizaje en la sala de clases con capacitación dentro de la empresa. De esta manera, adquieren experiencia laboral, lo cual facilita la posibilidad de realizar prácticas profesionales y mejora su posibilidad de empleabilidad a futuro.

Del total de alumnos que participaron en este programa, tres realizaron prácticas profesionales y dos fueron contratados.

Tienda	Liceo en convenio	Alumnos participantes	Áreas en que se capacitaron
Tienda Huechuraba de Santiago	Liceo Luis Correa Prieto	7	Logística y ventas
Tienda Rancagua	Liceo Jorge Alessandri	49	Logística y administración
Tienda Puerto Montt	Liceo Piedra Azul	30	Técnico en edificación



PROGRAMA CAPACITACIÓN DE OFICIOS

El programa se llevó a cabo en las tiendas de Rancagua, Temuco y Puerto Montt, y consistió en capacitar a escolares de colegios ubicados en sectores vulnerables en oficios como: carpintería, armado de muebles y reparación. En estas charlas, realizadas en el mismo establecimiento, participaron clientes mueblistas de Imperial.

También tuvieron la oportunidad de participar en clínicas de proveedores impartidas en las tiendas y de realizar prácticas.

Establecimientos participantes:

- Liceo técnico Santa Cruz de Triana, Rancagua.
- Escuela Rural Piedra Azul, Puerto Montt.

PROGRAMA MÁS CAPAZ

Desde el año 2015 la Tienda Temuco se hizo parte del Programa +Capaz, en la línea Personas con Discapacidad, impulsado por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). Esta iniciativa tiene como uno de sus objetivos dotar a las personas con discapacidad de una cualificación técnica y de las habilidades laborales necesarias para poder acceder en igualdad de oportunidades al mercado del trabajo.

A través de esta iniciativa insertamos alumnos en práctica del Instituto Superior de Comercio y de la ONG Kolping. Durante el 2016 se registró un significativo aumento de alumnos, llegando a 38, mientras que en 2015 participaron 14.

Los beneficios han sido múltiples tanto para la empresa, al generar un acercamiento con nuestra comunidad y autoridades, como para los alumnos que adquieren experiencia para enfrentar de mejor manera el mundo laboral.

PLANES DE AYUDA COMUNITARIA A COLECTIVOS PEHUENCHES EN CONCEPCIÓN

Junto a la Agrupación de Mueblista de Concepción, que nace por iniciativa de Imperial de organizar a los mueblistas de la zona para mejorar sus créditos, precios y servicio, establecimos en el año 2016 una Comisión destinada a ir en ayuda de las comunidades Pehuenches, ubicadas en la comuna del Alto Bío Bío.

La precariedad de estas personas nos movilizó a colaborar con mobiliario para mejorar su calidad de vida. En esta tarea también hicimos partícipes a nuestros proveedores y trabajadores.

TABLA DE INDICADORES GRI

PERFIL	ISO 26000	Pacto Global	Página
1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1: Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordar dicha cuestión.	Gobernanza de la organización		4,5
G4-2: Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.			4,5,14,15
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3: Nombre de la organización.			Portada
G4-4: Marcas, productos y/o servicios más importantes de la organización.			8
G4-5: Lugar donde se encuentra la sede de la organización.			12,13
G4-6: Países en los que la organización opera.	Gobernanza de la organización		Imperial opera en Chile
G4-7: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.			10
G4-8: Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).			8,12,13
G4-9: Escala de la organización (tamaño)			8, 14,15
G4-10: Información de la plantilla de empleados.	Trabajo y relaciones laborales	PG 6	44,45,46
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Principios y derechos fundamentales en el trabajo	PG 3	33
G4-12: Descripción de la cadena de suministro de la organización.	Prácticas justas de operación		53
G4-13: Cambios significativos que han tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización.			4,5,14
G4-14: Enfoque del principio de precaución en la organización.			31,35
G4-15: Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental o social que la organización suscribe o ha adoptado.			20,25
G4-16: Asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece. Esta lista incumbe fundamentalmente a las membresías de titularidad de la organización.			25
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17: Entidades que figuran en los estados financieros.			10
G4-18: Proceso que se ha seguido para determinar el contenido del reporte y la cobertura de cada aspecto, así como los principios de elaboración para determinar el contenido.			23
G4-19: Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido del informe.			23
G4-20: Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.			23
G4-21: Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material.			23
G4-22: Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en Reportes anteriores y sus causas.			39
G4-23: Cambios significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a Reportes anteriores.			23

PERFIL	ISO 26000	Pacto Global	Página
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24: Grupos de interés vinculados a la organización.			25
G4-25: Criterios para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.			24
G4-26: Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración del reporte.	Gobernanza de la organización Participación activa y desarrollo de la comunidad		25
G4-27: Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación realizada por la organización, entre otros aspectos mediante su Reporte.			23
PERFIL DEL INFORME			
G4-28: Periodo objeto del Reporte (año fiscal o año calendario).			24
G4-29: Fecha del último Reporte (si procede).			24
G4-30: Ciclo de presentación del Reporte (anual, bienal, etc.).			24
G4-31: Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido del Reporte.			Solapa
G4-32: Opción de «de conformidad» con la Guía G4 elegida por la organización.			24
G4-33: Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del Reporte.			El reporte no fue sometido a verificación externa.
GOBIERNO			
G4-34: Estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno, indicando cuáles son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.		PG 10	28,29,30,31
G4-36: Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.			30
G4-38: Composición del órgano superior de gobierno y sus comités.			28,26,30,31
G4-39: Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.			28
G4-41: Procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés y si éstos se comunican a los Grupos de Interés.	Gobernanza de la organización		28
G4-42: Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.			30
G4-46: Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.			31
G4-48: Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.			31
G4-49: Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.			28

PERFIL	ISO 26000	Pacto Global	Página
ETICA E INTEGRIDAD			
G4-56: Valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta y códigos de ética.	Gobernanza de la organización	PG 10	11,33
G4-57: Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.		PG 10	33,34
G4-58: Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.		PG 10	33,34
CATEGORÍA ECONÓMICA ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES			
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido.	Participación y desarrollo comunitario Participación activa de la comunidad Generación de riqueza e ingresos		15,16,17
G4-EC3: Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	Condiciones de trabajo y protección social		42,43
PRESENCIA EN EL MERCADO			
G4-EC5: Relaciones entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Condiciones de trabajo y protección social Derechos fundamentales en el trabajo	PG 6	46,47
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS			
G4-EC7: Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y los tipos de servicios.	Generación de riqueza e ingresos		14,64
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN			
G4-EC9: Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Generación de riqueza e ingresos Participación y desarrollo comunitario		54
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTE ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES			
ENERGÍA			
G4-EN3: Consumo energético interno.	Prevención de la contaminación	PG 7,8	65
G4-EN5: Intensidad energética	Prevención de la contaminación	PG 7,8	65
G4-EN6: Reducción del consumo energético	Prevención de la contaminación	PG 7,8	65

PERFIL	ISO 26000	Pacto Global	Página
AGUA			
G4-EN8: Captación total de agua por fuentes.	Uso sostenible de los recursos	PG 7,8	65
EFLUENTES Y RESIDUOS			
G4-EN23: Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	Uso sostenible de los recursos	PG 8	64
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-EN27: Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Uso sostenible de los recursos	PG 7,8,9	61
CUMPLIMIENTO REGULATORIO			
G4-EN29: Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Prevención de la contaminación	PG 8	65
GENERAL			
G4-EN31: Desglose de los gastos y las inversiones ambientales	Prevención de la contaminación	PG 7,8,9	64
CATEGORÍA DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
EMPLEO			
G4-LA1: Número y tasas de contratación y la rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Trabajo y relaciones laborales	PG 6	45,46
G4-LA2: Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	Condiciones de trabajo y protección social		42,43
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
G4-LA5: Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	Salud y seguridad en el trabajo		48
G4-LA6: Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y ausentismo, y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y por sexo.	Salud y seguridad en el trabajo		48,49
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN			
G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	PG 6	38,39,40
G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y que les ayudan a gestionar el final de sus carreras.	Creación de empleo y desarrollo de habilidades	PG 6	38
G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	PG 6	40,41
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
G4-LA12: Composición de los órganos de gobierno y desglose de la planilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencias a minorías y otros indicadores de diversidad.	Principios y derechos fundamentales en el trabajo	PG 6	28,29
G4-LA13: Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	Principios y derechos fundamentales en el trabajo	PG 6	47
G4-LA16: Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	Resolución de conflictos	PG 6	34

PERFIL	ISO 26000	Pacto Global	Página
SUBCATEGORÍA DERECHOS HUMANOS			
NO DISCRIMINACIÓN			
G4-HR3: Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Discriminación y grupos vulnerables	PG 6	34
MEDIDAS DE SEGURIDAD			
G4-HR7: Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos.	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor	PG 2	El personal de seguridad de Imperial ha obtenido capacitación sobre derechos humanos a través del curso obligatorio OS10.
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS			
G4-HR12: Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Principios y derechos fundamentales en el trabajo	PG 1,2	34
SUBCATEGORÍA SOCIEDAD			
COMUNIDADES LOCALES			
G4-S01: Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Derechos económicos, sociales y culturales Participación activa y desarrollo de la comunidad	PG 1,2	68,69
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN			
G4-S04: Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		PG 10	35
G4-S05: Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.		PG 10	Durante el año no se registraron casos de corrupción.
POLÍTICA PÚBLICA			
G4-S06: Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario		PG 10	La empresa no realiza contribuciones políticas, como se explica en Pág. 33
PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL			
G4-S07: Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.		PG 10	No se recibieron demandas sobre estos temas durante el año.
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL			
G4 - S011: Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Resolución de conflictos Prácticas justas de operación Participación y Desarrollo Comunitario		No se recibieron reclamaciones sobre este ámbito durante el año.

PERFIL	ISO 26000	Pacto Global	Página
SUBCATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS / SERVICIOS			
ETIQUETADOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-PR3: Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetos a tales requisitos.	Problemas de los consumidores Prácticas justas de marketing, información y prácticas contractuales Protección de la salud y seguridad de los consumidores Consumo sostenible Educación y toma de conciencia	PG 2	52,53
G4-PR4: Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación		Durante el periodo no se registraron incumplimientos de esta naturaleza.
G4-PR5: Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Servicio de atención al cliente Apoyo y resolución de quejas y controversias		59
COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA			
G4-PR7: Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing (mercadotecnia), tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado	Problemas de los consumidores. Protección de la salud y seguridad de los consumidores		No se registraron incumplimientos de esta naturaleza.
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES			
G4-PR8: Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Problemas de los consumidores. Protección de la salud y seguridad de los consumidores		No se recibieron reclamaciones de esta naturaleza.
CUMPLIMIENTO REGULATORIO			
G4-PR9: Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	Problemas de los consumidores. Protección de la salud y seguridad de los consumidores		No se recibieron multas relacionadas con este ámbito.



