

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

IMPERIAL
El especialista
para especialistas

2021

IMPERIAL



[GRI 102-3, 102-53]

Rut:

76.821.330-5

Dirección:

Av. Santa Rosa 7850, La Granja, Santiago de Chile

Sitio web:

www.imperial.cl

Contacto para comentarios sobre este reporte:

César Burgos, subgerente de Procesos
y Sostenibilidad (cburgos@imperial.cl)

01. SOMOS IMPERIAL	4
1.1 TE DAMOS LA BIENVENIDA	5
1.2 PERFIL DE LA EMPRESA	7
1.3 IMPERIAL 2021 EN CIFRAS	8
1.4 NUESTRA TRAYECTORIA	9
1.5 HITOS DE LA GESTIÓN 2021	11
02. NUESTRO LIDERAZGO	12
<i>TEMA MATERIALES CORPORATIVOS</i>	<i>13</i>
2.1 GOBIERNO CORPORATIVO	14
Estructura de la propiedad	14
Directorio y Comités	14
Directorio Imperial 2021	15
Comités de directores	15
Cambio en los estatutos	16
Administración	17
2.2 CARTA DE VALORES	18
2.3 GESTIÓN DE LA ÉTICA E INTEGRIDAD CORPORATIVA	19
Nuestro sistema de gestión	19
Denuncias recibidas y resultados de su investigación	23
Iniciativas y capacitaciones sobre procedimientos anticorrupción	23
Campañas realizadas	23
Capacitaciones sobre ética y anticorrupción	24
Derechos humanos y proceso de debida diligencia	24
2.4 GESTIÓN DE RIESGOS	25
Nuestro procedimiento	27
Gobernanza de los riesgos	27
Comité de Riesgos	28
Medidas para el control y mitigación de riesgos	28
2.5 ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	29
Nuestra Política de Sostenibilidad	29
Gestión de la Sostenibilidad	30
Relacionamiento con nuestros grupos de interés	32
Participación en asociaciones y membresías	34
03. CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO	35
<i>TEMA MATERIALES CORPORATIVOS</i>	<i>36</i>
3.1 GENERAMOS VALOR	37
Transparencia tributaria	38
Solidez de nuestra gestión	38
Mejoras en los mecanismos de cobranza	38
3.2 PROVEEDORES: NUESTROS SOCIOS ESTRATÉGICOS	39
Gestión de la cadena de suministro	40
Perfil de nuestros proveedores	42
Nuestra visión: ¿Cómo los gestionamos?	44
Proyectos principales del MGP	45
Clasificación de nuestros proveedores	47
Gestión del proveedor PYME	48
Modelo de gestión de PYMES	48

04. SERVICIO DE EXCELENCIA	49
<i>TEMA MATERIALES CORPORATIVOS</i>	<i>50</i>
4.1 MODELO DE GESTIÓN DE CLIENTES	51
4.2 NUESTROS CLIENTES	52
Perfil de los clientes	52
Nos adaptamos a sus necesidades	52
4.3 CLIENTES ESPECIALISTAS	53
Clientes Mueblistas	53
Apoyamos a los emprendedores	53
4.4 DIGITALIZACIÓN DE LA ATENCIÓN	54
Transformación digital	54
Protección de datos y ciberseguridad	55
Servicios digitales	57
Venta Móvil	57
Tablet de corte	57
Pay machine	57
Optimizador Auto atención	57
Optimizador omnicanal	58
App B2C	58
Canal de venta B2B	58
Proyecto Tracking	58
Cazadora App	58
Crecimiento de la venta online	58
4.5 SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	59
4.6 SEGURIDAD Y CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS	60
Nuestro modelo de gestión	60
Etiquetado, evaluación y seguridad del producto	61
Corner Imperial	61
Programa para la eliminación de productos solventes	61
Oferta de productos sostenibles	62
05. EQUIPO IMPERIAL	63
<i>TEMAS MATERIALES CORPORATIVOS</i>	<i>64</i>
5.1 GESTIÓN DE PERSONAS	65
Foco estratégico	65
Queremos que te sumes	66
Perfil de los colaboradores	67
Prácticas laborales	69
5.2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	70
5.3 DESARROLLO LABORAL	71
Plan y programa de capacitación 2020 - 2022	71
Becas Imperial	72
Evaluación de desempeño	74
Avances en la gestión 2021	74
Movilidad interna y rotación	75
5.4 BIENESTAR LABORAL	76
Beneficios, incentivos y remuneraciones	77
Satisfacción laboral	80
5.5 RELACIONES LABORALES	83
5.6 SEGURIDAD Y SALUD LABORAL (SSO)	83
Nuestro enfoque	83
Nuestro desempeño	85

06. VÍNCULO CON EL ENTORNO	87
<i>TEMA MATERIALES CORPORATIVOS</i>	<i>88</i>
6.1 RELACIONAMIENTO COMUNITARIO	89
Foco estratégico	89
Nuevas iniciativas	90
Construye tu idea	90
Herramientas para estudiar	91
6.2 GESTIÓN ECOEFICIENTE	92
Política ambiental y de cambio climático	92
Gestión energética	94
Consumo responsable del agua	96
Gestión de residuos y circularidad	97
Logística sostenible	99
Flujo de transporte San Antonio - Renca	100
Electromovilidad	100
07. ACERCA DE ESTE REPORTE	101
PROCESO DE MATERIALIDAD	101
Listado de temas materiales	102
PACTO GLOBAL: COMUNICACIÓN DE PROGRESO	102
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	102
TABLA DE INDICADORES GRI	103

01.

SOMOS IMPERIAL

Somos Imperial, empresa chilena con 47 años de experiencia en el desarrollo y oferta de soluciones en tableros de madera, materiales de construcción, ferretería y terminaciones para clientes de todos los tamaños.

1.1 Te damos la bienvenida

[GRI: 102-14]

Tengo el orgullo de presentarles la 8va edición de nuestro Reporte de Sostenibilidad, documento en donde año a año damos a conocer a nuestros grupos de interés los avances en el cumplimiento de los compromisos que hemos tomado con ellos.

Tal como en 2020, este año seguimos abordando las dificultades resultantes de la crisis sanitaria mundial. El COVID-19 cambió la manera en que interactuamos como sociedad y para seguir entregando nuestros productos y servicios debimos flexibilizar nuestra forma de trabajar y asumir este desafío con innovación, responsabilidad y el sello que nos ha caracterizado por 47 años: responder a nuestros clientes con soluciones a su medida, con la mejor propuesta de calidad y conveniencia.

Quienes se han visto tremendamente afectados por esta situación han sido un importante grupo de nuestros clientes: los emprendedores. Mueblistas, pequeños constructores y maestros necesitan de la continuidad de nuestro servicio para seguir desarrollando su actividad económica. En 2021 respondimos a sus esfuerzos fortaleciendo un sistema de venta on-line que nos permite reducir el contacto presencial.

También trabajamos fuertemente en la digitalización de nuestros procesos de venta, tanto de cara al cliente como en la gestión de nuestro centro de distribución. A lo largo de estas páginas les contamos nuestros esfuerzos para modernizar los servicios B2B (business to business) y B2C (business to consumer) en donde buscamos agilizar nuestro servicio, facilitar los medios y oportunidades de pago, y reducir las posibilidades de contagio.

Estamos contentos con los resultados obtenidos. Ya que durante el 2021 la liquidez del mercado y la eficiencia en la administración, nos llevó a lograr niveles de mora y siniestralidad históricamente bajos, permitiéndonos responder con solidez a nuestros accionistas y asegurar la sostenibilidad de nuestro negocio en el mediano y largo plazo.

Nada de esto hubiese sido posible sin el compromiso de nuestros colaboradores. A ellos les debemos la exitosa implementación de medidas que no sólo nos están permitiendo abordar la crisis sanitaria, sino que nos están abriendo las puertas al futuro. Para seguir en este camino, nos dedicamos a fortalecer nuestro capital humano fomentando tanto la cultura del trabajo en equipo como el desarrollo individual de nuestros colaboradores.

En 2021 rediseñamos nuestro sistema de evaluación de desempeño, enfocándolo en la detección de brechas y posibilidades de crecimiento. Queremos retribuir los esfuerzos ofreciéndoles el espacio para avanzar en su desarrollo laboral, por esto la nueva evaluación de desempeño se orienta a entregarle a cada trabajador un mapa que indica claramente los pasos que debe tomar para progresar en su carrera, lo cual no solamente le da un espacio en nuestra empresa, sino que también sirve para aumentar su empleabilidad.



Pero no nos quedamos ahí. Para que nuestros colaboradores puedan seguir la ruta trazada en la evaluación de desempeño, es necesario ofrecer alternativas para su crecimiento. Así nació el nuevo plan de capacitaciones el cual se estructura en dos caminos: por una parte, potenciamos un sistema de becas y facilidades para que los colaboradores puedan nivelar sus estudios secundarios y de postgrado. Además, lanzamos la Academia Imperial, una plataforma digital en donde todos los colaboradores tienen acceso a capacitaciones enfocadas en entregar las herramientas necesarias para mejorar el desempeño en sus puestos de trabajo. Creemos que estas actividades nos han llevado a mejorar nuestros resultados en la encuesta Great Place to Work: este año obtuvimos 64 puntos, lo cual significó un crecimiento de un 20% respecto de la última medición realizada en 2019.

Por otro lado, seguimos respondiendo a nuestros compromisos socio-ambientales, buscando permanentemente agregar valor desde nuestra gestión. Seguimos promoviendo el uso y gestión responsable del agua, energía y de los residuos que generamos, priorizando su reciclaje. Estos focos no sólo fueron difundidos entre nuestros colaboradores, sino también a nuestros clientes, a quienes además ofrecemos una línea de productos eco sustentables. En nuestras ventas digitales, un 33% corresponden a productos que provienen de un manejo sustentable de bosques, lo cual demuestra tanto el crecimiento de nuestras ventas web como la preferencia de nuestros clientes por productos cuyo origen responda a criterios sostenibles.

De cara a la comunidad, incorporamos nuevas tecnologías como sistemas de aislación sonora y filtrados de polvo, lo que nos permite operar de manera más amigable con el medioambiente y comunidades colindantes. Asimismo, dimos continuidad a los programas de relacionamiento comunitario, a través de los cuales ejercitamos nuestro rol de ciudadano corporativo, contribuyendo al desarrollo de relaciones de beneficio mutuo con las comunidades vecinas a nuestras tiendas y bodegas. Estamos particularmente orgullosos de dos programas nuevos que van en directo beneficio de nuestros vecinos: Construye tu idea, busca la mejora de la infraestructura comunitaria mediante un fondo concursable para adquirir productos **Imperial**. **Asimismo, el programa Herramientas para estudiar busca facilitar los espacios de conexión online de los estudiantes facilitando el acceso a conexiones a internet, tablets y escritorios.**

A lo largo de este documento encontrarán el detalle de los hitos aquí destacados. Los invito a conocer los resultados de nuestro desempeño 2021, esperando que al igual que nosotros se sientan satisfechos con nuestros avances y confíen en que seguimos trabajando para avanzar progresivamente en nuestro compromiso con la gestión responsable de nuestros impactos y la generación de valor para todos nuestros grupos de interés.

Rodrigo Fuenzalida
Gerente General

1.2 Perfil de la empresa

[GRI 102-1]

Somos Imperial, empresa chilena especialista en el sector de la ferretería y construcción, con un fuerte foco en la distribución de maderas y tableros para el mercado mueblista. En 1974 comenzamos como una ferretería tradicional, donde destacamos por nuestro estilo de atención y la mejor relación precio-calidad de nuestros productos y servicios. Hasta 1990, nos enfocamos en el negocio de la ferretería y materiales de construcción, atendiendo principalmente a maestros, contratistas y constructores. En esa década nos expandimos hacia el mercado maderero para abordar las necesidades de los clientes mueblistas.

Esta expansión del modelo de negocio resultó en el aumento de nuestra presencia en el mercado, y con ello comenzamos la apertura de tiendas en distintos puntos del país y la creación de centros de distribución. En 2007 pasamos a ser parte de Sodimac S.A., lo cual nos ha permitido seguir creciendo y consolidándonos con una oferta de valor atractiva para clientes de todos los tamaños

1.3 Imperial 2021 en cifras

[GRI:102-7, 102-8, 102-9, 102-16]

¿CÓMO CREAMOS VALOR?

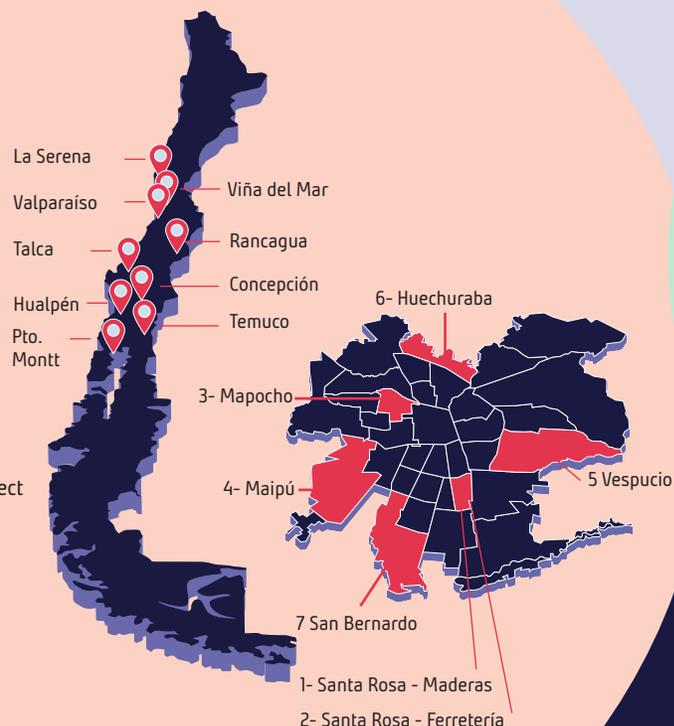
Lo que hacemos

Comercializamos insumos para pequeños constructores, maestros, mueblistas y familias para que desarrollen sus proyectos con materiales de alta calidad a precios competitivos.

Asesoramos a nuestros clientes para que desarrollen sus proyectos escogiendo los insumos que satisfagan de la mejor manera sus necesidades.

Nuestra infraestructura

- 1** Oficina central
- 3** Centro de distribución
- 13** tiendas en 7 regiones del país
- 3** bodegas satélite de 10.000m² cada una
- 1** planta RTA (ready to assemble)
- 1** Servicio de Click and Collect



Principales productos y servicios



MERCADOS SERVIDOS

- Obras nuevas
- Mantenimiento y reparación del hogar
- Mejoramiento del hogar
- Construcción y mejoramiento de Oficinas
- Construcción y mejoramiento de locales comerciales.



SERVICIOS

- Corte, enchapado, perforado y router
- Arriendo de maquinarias y herramientas
- Trabajo en tableros y maderas
- Tintometría
- Delivery
- Click and collect



PRODUCTOS

- Tableros de madera
- Láminas
- Maderas aserradas
- Fibrocemento
- Fierros
- Cemento
- Quincallería y fijaciones
- Pinturas y adhesivos
- Pisos
- Herramientas manuales
- Herramientas eléctricas
- Gasfitería

Equipo experto en soluciones constructivas



1.108

colaboradores



28%

mujeres



72%

hombres



36%

trabajadores de la comunidad local



1,3%

en situación de discapacidad



68,1%

en la Región Metropolitana



31,9%

en provincias

Abastecimiento estratégico

411

proveedores de productos y servicios

16%

son proveedores de existencias internacional

56%

son proveedores de existencias nacional

28%

son proveedores de gas to

CLP MM\$ 309.775

gasto total en proveedores

Nuestros resultados

14.314

productos SKU en tienda y web

CLP MM\$ 358.129

ingresos operacionales



87.395.000

cantidad de transacciones en web



34,5%

crecimiento en ventas



64

puntos en Great Place to Work

CLP MM\$ 296.577

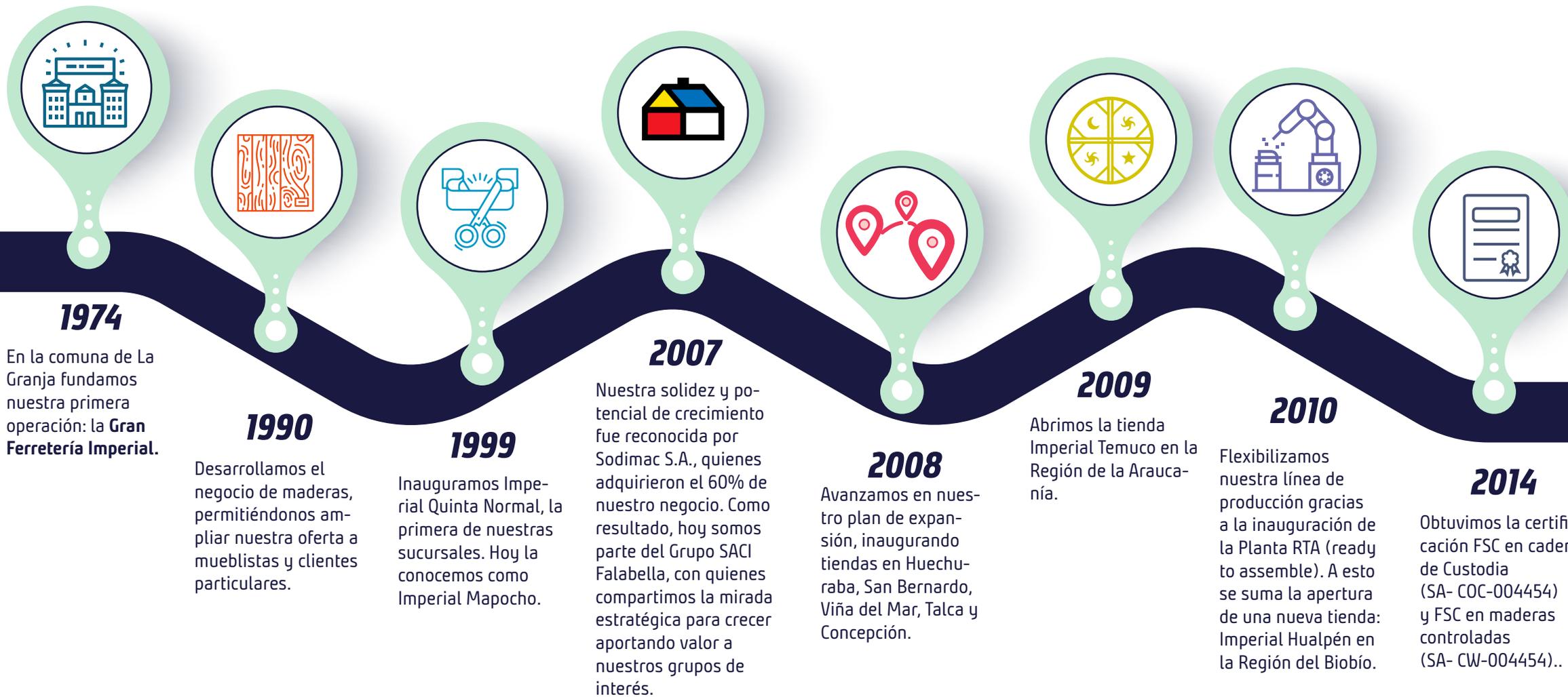
en ventas netas

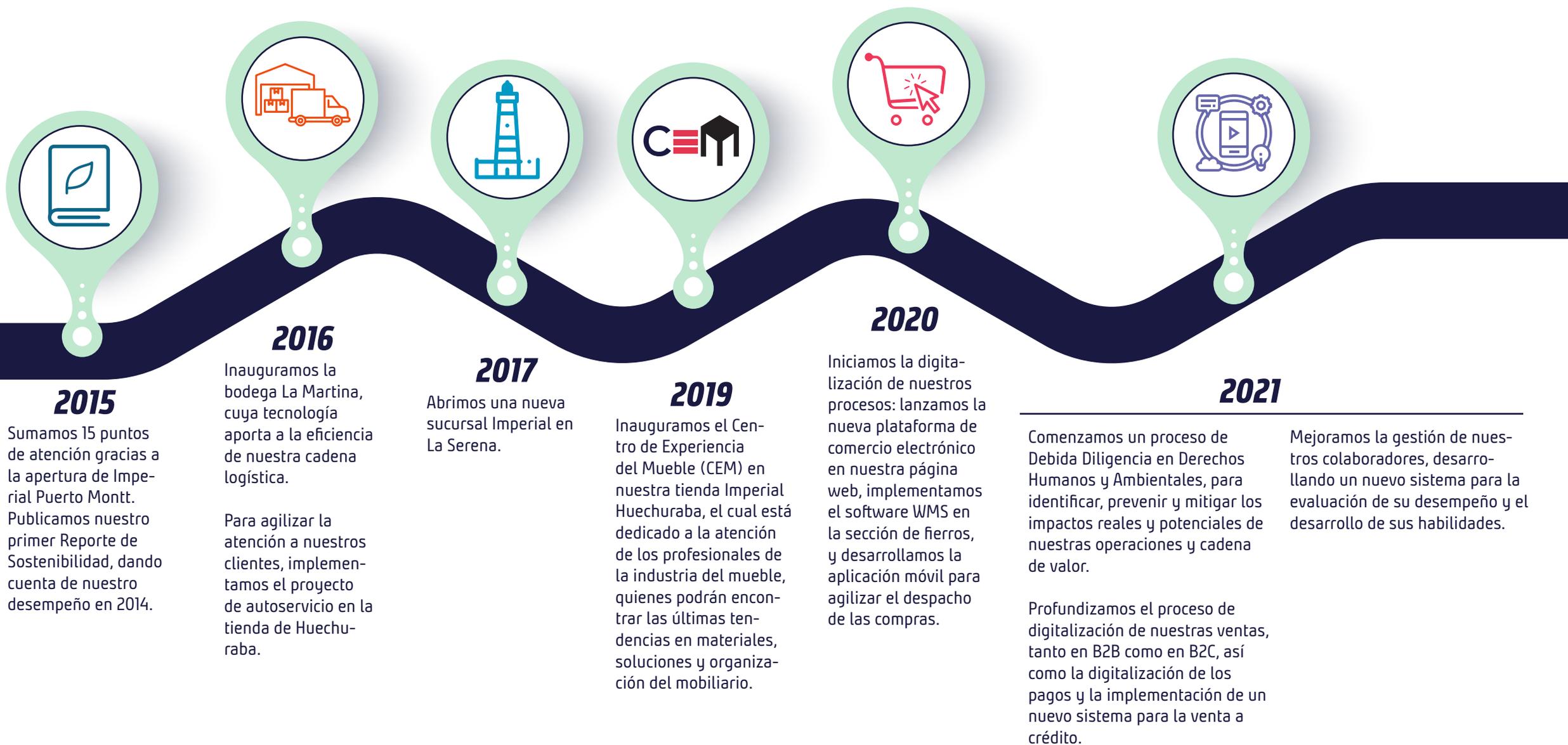
CLP MM\$ 21

invertidos en proyectos sociales

1.4 Nuestra trayectoria

Hemos consolidado un modelo de negocios basado en el conocimiento de las necesidades de nuestros clientes, entregándoles un servicio que hoy incorpora las posibilidades que nos brinda la digitalización de la atención sin perder el sello de cercanía y expertise que nos ha caracterizado en nuestros 47 años de historia.





1.5 Hitos de la gestión 2021

IMPERIAL DIGITAL: UNA NUEVA GENERACIÓN DE SERVICIOS

La sostenibilidad de nuestro negocio depende de nuestra capacidad de digitalizar nuestros procesos y con ello, responder a las necesidades de la nueva generación de clientes.

En 2021, lanzamos la Imperial App, la cual nos permite hacer seguimiento en tiempo real del estado de las entregas, como así también el generar y administrar documentos como facturas, boletas, remitos de entrega, etc., pues funciona tanto de cara a nuestros clientes (B2B), como de manera interna entre el centro de distribución y las tiendas (B2C).

Nuestras tiendas también vieron cambios: implementamos PayMachine, la cual permite a nuestros clientes realizar todo tipo de pagos de manera autónoma. Asimismo, trabajamos en el desarrollo de la plataforma de pago FPay, la cual implementaremos de manera definitiva en el primer semestre del 2022.

La digitalización de nuestras ventas nos exige resguardar la seguridad de nuestros procesos, especialmente en la venta a créditos. Junto con el aumento en los montos de los créditos a PYMES, implementamos un sistema Token, una llave digital que permite el acceso a créditos mediante la autenticación del usuario vía el ingreso de una clave de seguridad única en nuestra plataforma web.

TRABAJA Y CRECE CON NOSOTROS

Para seguir entregando la mejor experiencia de venta a nuestros clientes nos propusimos ser un espacio laboral que fomente el crecimiento de las personas. Para ello en 2021 desarrollamos un nuevo sistema para la gestión de nuestros colaboradores, la cual considera una evaluación de desempeño enfocada en identificar tanto el potencial como las brechas de cada trabajador de acuerdo al cargo que desempeña.

En base a esta evaluación cada colaborador recibe un plan de trabajo, el cual reforzamos con una nueva y mejorada oferta de programas de capacitación para ayudarlos a alcanzar su potencial y con ello fomentamos la movilidad laboral. Así nace la Academia Imperial, una plataforma digital que entrega tanto cursos generales relevantes para todos, como cursos específicos para cada área de la compañía. A esto se suma un sistema de becas para la nivelación de estudios secundarios y para realizar estudios superiores con el objetivo de gestionar su potencial y aumentar el capital humano de nuestra empresa.

Sin duda esto ha impactado positivamente en el clima laboral, lo cual se observa en el crecimiento de 11 puntos en la encuesta Great Place to Work, respecto de la medición anterior.

QUEREMOS SER UN APOORTE A NUESTROS VECINOS

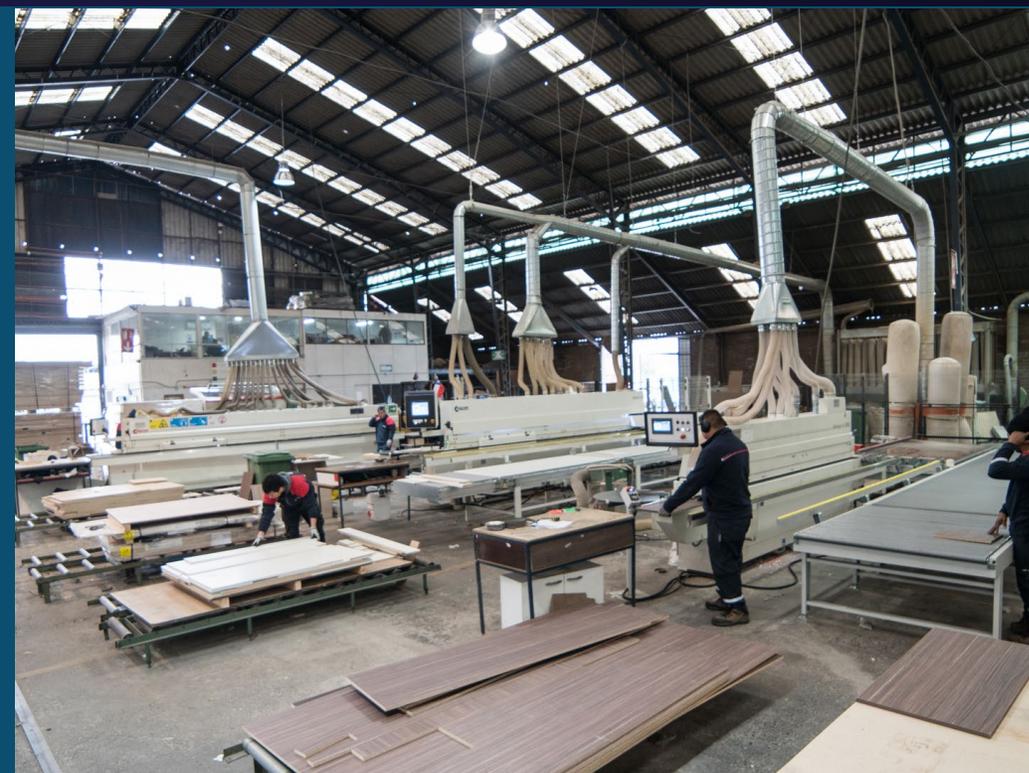
Comprometidos con aportar a la calidad de vida de nuestros vecinos en 2021 lanzamos dos nuevos programas sociales.

El Programa Construye tu Idea, surge de nuestro compromiso con las comunidades en las que estamos presentes y cuyo objetivo es apoyar con nuestros productos a la implementación de proyectos que mejoren la calidad de vida comunitaria y familiar.

Adicionalmente, realizamos la iniciativa Herramientas para Estudiar con Imperial, pensado en apoyar a los estudiantes entre 1º y 6º básico que por efectos de la pandemia se encontraban en clases on-line, y en el entendido que la conectividad digital es una brecha importante en nuestro país.

02. NUESTRO LIDERAZGO

Nuestro gobierno corporativo vela por el cumplimiento de los objetivos del negocio bajo nuestros valores, el cumplimiento de la normativa legal y el compromiso con la sostenibilidad que hemos tomado de manera voluntaria con nuestros grupos de interés. Así, la búsqueda de la satisfacción de nuestros clientes es dirigida por un equipo de profesionales que lidera una operación comprometida con la creación de valor sostenible.



PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL



DERECHOS HUMANOS

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus socios y colaboradores no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

ANTICORRUPCIÓN

Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS



Metas:
8.2
8.3
8.4
8.8



Metas:
16.5
16.6
16.b



Metas:
17.14
17.19

Tema Materiales Corporativos

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

- **ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN**
- **DERECHOS HUMANOS**

Relevancia

Una conducta bajo estrictos parámetros éticos y enmarcados en nuestros valores corporativos es clave para asegurar tanto la buena gobernanza de nuestra empresa como el cumplimiento de nuestros compromisos con la sostenibilidad y el respeto de los derechos de las personas.

La gestión de estas temáticas nos permite fortalecer los impactos positivos y prevenir o mitigar los negativos. Hemos identificado los siguientes impactos:

Positiva

1. Reputacional
2. Atracción de talentos
3. Fidelización de clientes
4. Compromiso de colaboradores y proveedores con la compañía
5. Eventuales demandas

Negativa

1. Negociaciones ocultas, indebidas
2. Reputacional
3. Multas y/o sanciones
4. Pérdida de valor comercial y competitividad
5. Pérdida de clientes (promotores de la marca), migración a competidores

De cara a nuestros grupos interés, la debida gestión de estos temas posibilita que exista una percepción positiva de nuestra marca, mientras que el principal riesgo de no gestionarlos es la pérdida de confianza y de credibilidad en nuestras operaciones, junto con la afectación de las condiciones laborales y la dignidad de las personas

Nuestras herramientas

A lo largo de este capítulo hemos desglosado nuestro sistema de gestión para la integridad corporativa, Modelo de Prevención del Delito, protección de la libre competencia y las políticas y códigos que guían nuestro actuar dentro de nuestras instalaciones y en toda interacción con nuestros grupos de interés. Asimismo, se detalla la gobernanza de estos instrumentos de gestión, cuya mayor instancia de monitoreo es la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A.

Monitoreo

La gestión permanente del Canal de Denuncias nos permite monitorear nuestro comportamiento, identificando posibles brechas y oportunidades de mejora. A esto se suma el trabajo realizado por los Comités de Directorio, los cuales son los responsables de dar seguimiento al comportamiento probo de todos los ámbitos de nuestra operación.

2.1 Gobierno corporativo

[GRI: 102-18, 102-20, 102-21 102-23]

Estructura de la propiedad

Desde 2007 somos parte de Sodimac S.A., empresa chilena constituida como una sociedad anónima cerrada que se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, la Ley N° 18.045 de Mercado de Valores y la normativa de la Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF).

Nuestra compañía es una sociedad cerrada, con una participación accionaria de un 60% de Sodimac y un 40% de Inversiones Orgalla. Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar del Grupo Falabella, con quienes compartimos valores y un enfoque de desarrollo sostenible.



Directorio y Comités

[GRI: 102-18, 102-19, 102-22, 102-23, 102-24, 102-26, 102-27, 102-28, 102-32, 405-2]

La correcta administración de Imperial es responsabilidad del directorio, máximo órgano de gobierno compuesto por siete directores titulares, donde uno de ellos ocupa la figura de Director Independiente de acuerdo a lo dispuesto en la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Esto significa que este director no posee acciones de la empresa y nunca ha ocupado un cargo ejecutivo en Imperial.

Los miembros del directorio son elegidos cada tres años por la Junta de Accionistas y sesiona cada dos meses. Ellos representan tanto la participación posee Inversiones Orgalla S.A. como la de Sodimac S.A. Su principal rol es la entrega de directrices y lineamientos que guían la operación de Imperial, supervisando su gestión de cara al cumplimiento de los objetivos de la empresa y al cumplimiento de los compromisos tomados con nuestros accionistas.

Como medida preventiva, anualmente los directores y principales ejecutivos de la empresa deben realizar una declaración de conflicto de interés, en la cual deben explicitar si eventualmente tuvieran algún problema con alguno de nuestros grupos de interés: Proveedores, clientes y/o competidores. También, cada 5 años realizamos una evaluación interna de nuestros compromisos formales con dichos grupos de interés.

En Imperial no realizamos actividades de lobby y tampoco participamos o contribuimos a campañas políticas. Además, no formamos parte ni participamos de asociaciones gremiales o centros de pensamiento.

En 2021 nuestro directorio sesionó en 6 ocasiones, las cuales se realizaron de manera on-line debido a la crisis del COVID-19.

Este equipo de profesionales vela por la consecución de las metas definidas en nuestros tres pilares corporativos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

Directorio Imperial 2021

Juan Pablo del Río Goudie

PRESIDENTE
Arquitecto

Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento:
19/05/2021

Alejandro Arze Safian¹

DIRECTOR
Ingeniero Comercial

Rut: 12.232.048-0
Fecha nombramiento:
19/05/2021

Valentín Carril Muñoz

DIRECTOR
Ingeniero Comercial

Rut: 06.617.883-8
Fecha de nombramiento:
19/05/2021

Eduardo Mizón Friedemann²

DIRECTOR
Ingeniero Civil Industrial

Rut: 9.586.083-4
Fecha nombramiento:
19/05/2021

Francisco Torres Larraín³

DIRECTOR
Ingeniero Civil Industrial

Rut: 7.006.016-7
Fecha nombramiento:
19/05/2021

Enrique Cabo Osmer

DIRECTOR
Ingeniero Comercial

Rut: 06.245.248-k
Fecha de nombramiento:
19/05/2021

Margarita Cabo Osmer

DIRECTORA
Diseñadora Industrial

Rut: 06.245.249-8
Fecha de nombramiento:
19/05/2021

1 También ocupa el cargo de Gerente General Corporativo de Sodimac
2 También se desempeña como Gerente General de Sodimac Chile
3 Es también Gerente Comercial y Marketing Corporativo de Sodimac

Comités de directores

[GRI: 102-22]

Para agilizar el proceso de toma de decisiones estratégicas el directorio se organiza en ocho comités los cuales son responsables del funcionamiento de los distintos ámbitos de nuestro negocio. Cada comité cuenta con la participación de miembros de la alta administración, quienes aportan con el conocimiento del día a día de nuestra operación.

Comité de Gestión



Miembros: Director, Comité Ejecutivo Corporativo Sodimac, Gerente General Sodimac Chile, Gerente de Administración y Control de Gestión Sodimac Chile, Gerente General Imperial, Gerente de Administración y Finanzas Imperial, Contralor Imperial.

Responsable del análisis y supervisión de la toma de decisiones de alto impacto para la empresa

Comité de Crédito



Miembros: Gerente General Imperial, Gerente de Financiamiento y Crédito Corporativo, Jefe de Crédito Corporativo, Gerente de Administración y Finanzas Imperial, Subgerente de Crédito y Cobranza Imperial, Gerente de Operaciones Imperial, Contralor Imperial, Director, Jefa de Riesgos de Imperial.

Su objetivo es supervisar el estado de las políticas crediticias a clientes, reuniéndose mensualmente para dar cuenta al directorio del desempeño de los KPI's y el plan asociado para asegurar la mejora de éstos.



Comité de Tributario

Miembros: Gerente Tributario Corporativo Falabella, Subgerente de Impuesto área Retail Falabella, Jefe de Impuestos área Retail Falabella, Gerente de Administración y Control de Gestión Sodimac Chile, Auditores Externos EY, Gerente de Contabilidad Sodimac, Gerente General Imperial, Gerente de Administración y Finanzas Imperial, Subgerente de Contabilidad Imperial.

Responsable de la ejecución de los procedimientos para asegurar la correcta gestión tributaria de la empresa.



Comité de Prevención y Merma

Miembros: Gerente General, Gerente de Operaciones, Contralor, Gerente de Administración, Gerentes Zonas, Gerente de Logística, Subgerente de Prevención de Riesgos, Subgerente de Logística, Jefe de Departamento de Prevención de Riesgos y Jefe de Análisis de Existencias.

Su objetivo es dar seguimiento a los KPI's de control de inventario y metas asociadas. Para esto monitorea las causas de accidentes, proponiendo acciones preventivas y correctivas que logren disminuir la tasa de accidentabilidad. Asimismo, es responsable del desarrollo de actividades que generen, promuevan y fortalezcan una cultura de seguridad.



Comité de Sostenibilidad

Miembros: Directora de Sostenibilidad, Director Invitado, Gerente de Sostenibilidad y Compliance Corporativo Sodimac, Comité ejecutivo Imperial, y Subgerente de Procesos y Sostenibilidad

Evalúa las políticas, objetivos y cumplimiento de metas y compromisos en materia de sostenibilidad. Además, es el organismo responsable de la revisión y aprobación de los contenidos desplegados en los reportes de sostenibilidad.

Desde 2016 a la fecha, la Directora Margarita Cabo Osmer lidera el Comité de Directores de Sostenibilidad, el cual supervisa el cumplimiento de los compromisos con la creación de valor económico, ambiental y social para nuestros grupos de interés.



Comité de Auditoría

Miembros: Gerente General Corporativo, Gerente de Administración y Finanzas Corporativo, Contralor General Corporativo, Gerente General Sodimac Chile, Gerente Riesgos y Cumplimiento Corporativo, Gerente de Administración y Control de Gestión Sodimac Chile, Gerente General Imperial, Gerente de Administración y Finanzas Imperial, Subgerente de Contabilidad Imperial, Subgerente de Procesos y sostenibilidad Imperial, Director de Imperial y Contralor Imperial.

Supervisa la revisión y aprobación de los Estados Financieros y los resultados de auditorías externas, generando recomendaciones para la mejora de procesos y controles y, aprobación y control de Plan de Auditoría Interna Anual.



Comité de Riesgos

Miembros: Contralor General Corporativo Sodimac, Gerente Riesgos y Cumplimiento Corporativo, Gerente de Sostenibilidad y Compliance Corporativo Sodimac, Gerente Gobernanza, Ética y Cumplimiento Falabella, Jefa de Gobernanza Falabella, Comité Ejecutivo Imperial Subgerente de Procesos y Sostenibilidad

Responsable del diseño, coordinación y seguimiento de la implementación de la estrategia para la gestión de riesgos.

Cambio en los estatutos

El 19 de mayo de 2021 se renueva la totalidad del Directorio de la Sociedad, siendo elegidos por la unanimidad de los accionistas presentes, los siguientes directores por el periodo de tres años:

1. Juan Pablo del Rio Goudie
2. Margarita Cabo Osmer
3. Alejandro Arze Safian
4. Francisco Torres Larraín
5. Enrique Cabo Osmer
6. Valentín Carril Muñoz
7. Eduardo Mizon Friedemann



Administración

[GRI: 102-22]

La alta administración de nuestra empresa está liderada por el gerente general, quien se apoya en un contralor, seis gerentes y un subgerente, todos de nacionalidad chilena. Este equipo de profesionales es responsable de la operación diaria de Imperial, determinando lineamientos comerciales, legales, operacionales, comunicacionales, de marketing y de sostenibilidad, entre otros, los cuales responden a los lineamientos entregados por el directorio y, en consecuencia, dan cumplimiento a los compromisos tomados con nuestros accionistas.

En 2021, los siguientes profesionales compusieron la alta administración:

La selección de profesionales tanto para la alta administración como para liderar nuestras tiendas es realizada a partir de su trayectoria laboral y capacidades. Una vez que se integran a nuestra empresa, reciben formación permanente en materia de comportamiento ético, libre competencia, anticorrupción e integridad corporativa.



2.2 Carta de valores

[GRI: 102-16]



NUESTRA MISIÓN

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



NUESTRA VISIÓN

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, colaboradores y proveedores.

NUESTROS VALORES



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. Por ello, fomentamos la verdad ante todo y brindamos los espacios para comunicarnos.



AUSTERIDAD

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



RESPECTO 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, ya que de ella depende 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.



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.



RESPECTO 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. Nos esforzamos para mantener relaciones respetuosas entre todos los miembros de nuestra organización.

2.3 Gestión de la ética e integridad corporativa

[GRI: 102-17, 102-25, 205-1, 205-2, 205-3]

Nuestro sistema de gestión

El comportamiento ético y la protección de la integridad corporativa es una responsabilidad individual y organizacional. En cada una de nuestras interacciones, tanto al interior de la empresa como con nuestros grupos de interés, nos conducimos por nuestros valores y sistema de gestión ética, lo cual asegura la prevención y detección temprana de conductas irregulares.

Basándonos en la normativa chilena, hemos establecido los siguientes mecanismos:



Política Anti-soborno

La selección de profesionales tanto para la alta administración como para liderar nuestras tiendas es realizada a partir de su trayectoria laboral y capacidades. Una vez que se integran a nuestra empresa, reciben formación permanente en materia de comportamiento ético, libre competencia, anticorrupción e integridad corporativa.

La responsabilidad de la implementación y mantenimiento del Programa Anti-soborno recae en la Alta Dirección de Imperial, en su Gerente General y en el Oficial de Cumplimiento; siendo este último quien tiene la responsabilidad administrativa por la ejecución del mismo.





Política de Prevención de Delitos

Política que guía el comportamiento de los colaboradores para prevenir, detectar, reportar, mitigar y reparar la ocurrencia de delitos al interior de Imperial. Bajo este lineamiento queda estrictamente prohibido:

- i) Ofrecer, prometer, dar o consentir en dar, directa o indirectamente, un pago o beneficio de cualquier naturaleza indebido a un funcionario público nacional o extranjero, bajo ningún pretexto o circunstancia y por ningún medio;
- ii) Ocultar o utilizar bienes que tengan un origen ilícito, o realizar cualquier actividad con el fin de ocultar el origen ilícito de los mismos; y,
- iii) Hacer entrega de fondos o de cualquier activo de la Imperial para financiar actividades terroristas como, por ejemplo, simulando una operación de crédito.

Esta política se gestiona con el Programa de Prevención de Delitos, cuyo objetivo es:

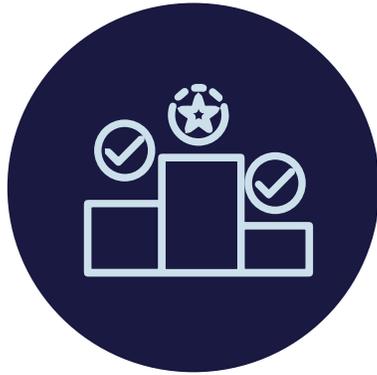
- i) Ofrecer, prometer, dar o consentir en dar, directa o indirectamente, un pago o beneficio de cualquier naturaleza indebido a un funcionario público nacional o extranjero, bajo ningún pretexto o circunstancia y por ningún medio;
- ii) Ocultar o utilizar bienes que tengan un origen ilícito, o realizar cualquier actividad con el fin de ocultar el origen ilícito de los mismos; y,
- iii) Hacer entrega de fondos o de cualquier activo de la Imperial para financiar actividades terroristas como, por ejemplo, simulando una operación de crédito.

El Programa de Prevención de Delitos contiene las actividades de prevención, detección, respuesta y monitorización conforme a los estándares establecidos en la norma ISO 19.600 de Sistemas de Gestión de Compliance.

La Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A entrega a cada una de sus empresas, los lineamientos metodológicos para la elaboración del Programa, para que cumpla con los estándares de esta política. Asimismo, el Programa de Prevención de Delitos deberá ser certificado por una entidad externa, de acuerdo a los lineamientos definidos por la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A.

Para su correcto funcionamiento, aseguramos los recursos financieros y humanos suficientes para la ejecución del Programa, los que serán relativos al nivel de riesgo al que se enfrenta cada una de ellas.

Cada actualización que realizamos al programa es reportada por nuestro Oficial de Cumplimiento a la Gerencia de Cumplimiento de Falabella S.A.



Política de Libre Competencia

Documento de gestión que define los comportamientos que fomentan la competencia libre, leal y honesta en el mercado, en línea con lo establecido en la Ley N° 20.393, la cual condena actividades como el lavado de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho a funcionarios públicos nacionales o extranjeros, la receptación de especies entre otras conductas que atentan contra la probidad de las empresas.



Código de Integridad

Documento que guía nuestro comportamiento individual y corporativo, estableciendo nuestros deberes en materia de cumplimiento, ética e integridad.

Puedes encontrar nuestro código [aquí](#).





Canales de denuncia

Tanto nuestros colaboradores como nuestros grupos de interés pueden resolver dudas, denunciar o solicitar asesoramiento en materias de conducta ética o jurídica, a través de nuestros canales de denuncia digitales, telefónicos o de manera presencial. Toda persona que quiera hacer una denuncia presencialmente puede acudir a nuestras tiendas o dirigirse a la administración central y solicitar entrevistarse con la Jefa de Cumplimiento Legal.

En todas las instalaciones existe un Encargado de Recursos Humanos que entre otras funciones está la de resolver y elevar inquietudes de los colaboradores.

Guiados por nuestros valores, incentivamos a todos nuestros colaboradores a denunciar de manera oportuna comportamientos que podrían resultar en infracciones a nuestras políticas y códigos, y a la legislación vigente. Para asegurar la seriedad y la imparcialidad en la evaluación de la denuncia, el canal de integridad es administrado por la Gerencia de Ética Corporativa del Grupo Falabella, la cual bajo la Política General y el Procedimiento General de Investigación analiza cada denuncia.

El denunciante, sea un colaborador o un externo a Imperial, puede decidir identificarse o permanecer en el anonimato al momento de ingresar la denuncia. Nuestra política asegura que no habrá represalias por entregar información de buena fe que pueda conducir a prevenir y/o detectar conductas que se desvían de nuestros valores corporativos. El denunciante recibirá un código que le permitirá hacer seguimiento al estado de la denuncia a través de nuestra página web.

Una vez recibida la denuncia, la investigación determinará la validez, gravedad y medidas que deberán adoptarse para reparar la falta. Las sanciones pueden resultar en una amonestación escrita o verbal, capacitaciones obligatorias, terminación del contrato laboral y/o terminación de la relación comercial (o de otra naturaleza) con terceros involucrados en la denuncia.

Velar por la integridad corporativa es deber de todos: queremos escucharte.



CANAL DE INTEGRIDAD EN LA WEB DE IMPERIAL

- Canal público <https://canaldeintegridad.ines.cl/imperial/Intranet> Imperial



CANAL TELEFÓNICO DE DENUNCIAS

- Línea de contacto gratuita 800 726 100



CORREO ELECTRÓNICO:

- contactochile@gerenciadeetica.com



GERENCIA DE ÉTICA CORPORATIVA

- Puedes dirigirte de manera presencial a nuestras oficinas.

Denuncias recibidas y resultados de su investigación

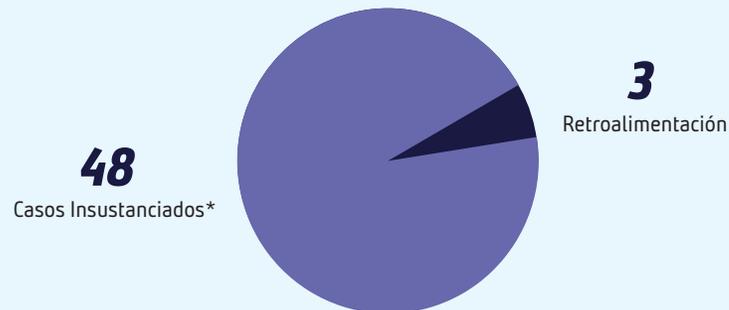
Durante 2021 recibimos un total de 51 denuncias, lo cual es un 4% mayor respecto del total de denuncias realizadas en 2020.

De las denuncias recibidas, 46 fueron desestimadas debido a no estar debidamente fundamentadas, mientras que las restantes cinco fueron investigadas. De éstas, durante el periodo reportado se resolvieron cinco, de las cuales tres resultaron en sanciones y dos fueron desestimadas.

Evolución del número de denuncias 2019 - 2021



Gestión de denuncias 2021



(*) Los casos Insustanciados corresponden a casos en que se descarta la ocurrencia de los hechos denunciados, por carecer de evidencia suficiente o absueltos descartando por completo la ocurrencia de los hechos denunciados.

Iniciativas y capacitaciones sobre procedimientos anticorrupción

Campañas realizadas

Durante el año 2021, hemos avanzado en crear valor empresarial, manteniendo las prácticas de buen gobierno y toma de decisiones acorde con los impactos de la organización y los objetivos del negocio.

Entre los compromisos y objetivos asociados al Programa de Cumplimiento Corporativo, se realizó el proceso anual de Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas para Ejecutivos y Directores.

Asimismo, para una eficaz implementación de los Programa de Cumplimiento Corporativo se desarrollaron actividades de Comunicación y Capacitaciones con el fin de asegurar que todos los Colaboradores estén debidamente informados, de sus contenidos, alcance, controles y procedimientos.



Fecha: 10-06-2021

Público: Colaboradores y Ejecutivos Gerencia Administración y Finanzas.



Temas: Modelo de Prevención del Delito, Permiso Único Colectivo y Art.318 Ter, Libre Competencia, y Derechos del Consumidor.



Fecha: 25-08-2021

Público: Colaboradores de RRHH



Temas: Capacitación Corporativa sobre el tratamiento de datos personales.



Fecha: 31-08-2021

Público: Ejecutivos



Temas: Capacitación Corporativa Yo Juego Limpio: Libre competencia, Prevención de Delitos, Ambiental, Ética, Datos Personales y Consumidor.



Fecha: 30-11-2021

Público: Colaboradores y Ejecutivos de cargos expuestos.



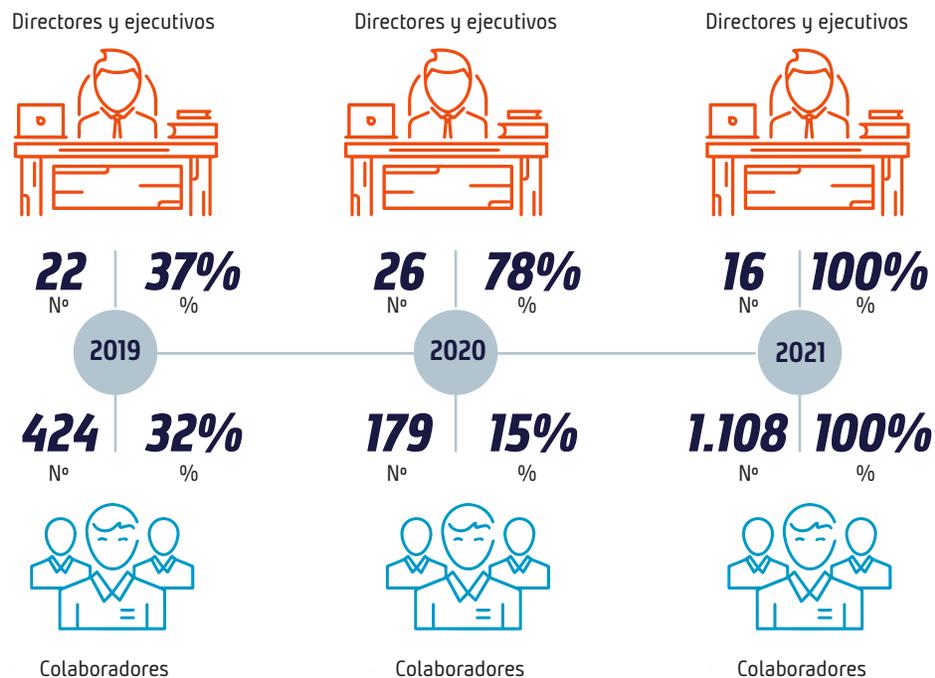
Temas: Capacitación Corporativa Actualización de normativa Ley Protección Derechos Consumidor, Implementación y actualización de la Matriz Corporativa de Cumplimiento, Seguimiento y certificación de nuestro Modelo de Prevención del Delitos.

Capacitaciones sobre ética y anticorrupción

Como parte del proceso de inducción a la empresa, todos los colaboradores reciben información sobre nuestro Código de Integridad, Canales de denuncia, y políticas asociadas al fomento de la conducta proba en nuestras dependencias y en nuestras interacciones con los grupos de interés.

En 2021, el 100% de nuestra dotación (directores, ejecutivos y colaborativos) fue capacitado para prevenir la corrupción y promover el comportamiento ético de Imperial.

Evolución del número de colaboradores capacitados en procedimientos anticorrupción



Derechos humanos y proceso de debida diligencia

Nos hemos comprometido con el respeto irrestricto de los Derechos Humanos en todas nuestras operaciones y a lo largo de la cadena de suministro. Adherimos a los Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos, Inclusión, Diversidad y No Discriminación de Naciones Unidas, los cuales están a la base de nuestra cultura organizacional y dirigen nuestros comportamientos en oficinas, tiendas, plantas y bodegas.

Al interior de nuestras dependencias como en las interacciones con nuestros grupos de interés, garantizamos la igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad sexual, ideológica, política y religiosa. Del mismo modo, rechazamos y sancionamos situaciones indeseables como el acoso sexual y laboral, y el trabajo infantil y forzoso.

Nuestro compromiso es con la promoción de una cultura laboral que valora equipos heterogéneos, en donde el valor de la diferencia inspira el crecimiento profesional y personal. Para esto, contamos con la Política de derechos humanos, inclusión, diversidad y no discriminación. Esta política aborda la manera en que respetamos y promovemos la igualdad de oportunidades, la diversidad, la equidad de género, la inserción social y laboral, y la no discriminación, reconociendo que la pluralidad nos enriquece, permitiéndonos conformar equipos de trabajo más competentes, colaborativos y comprometidos.

Durante el 2021 no hemos recibido denuncias por discriminación.

Esta política permea la relación con todos nuestros grupos de interés - especialmente con proveedores y clientes - y se enmarca en el Pilar de Sostenibilidad de nuestra estrategia de negocios.

Junto con el cumplimiento de la normativa legal, nuestro compromiso con el respeto a los Derechos Humanos está alineado con los tratados nacionales e internacionales vigentes, habiéndonos comprometido de manera voluntaria con las siguientes directrices:

- ISO 26.000 de Responsabilidad Social.
- Directrices OCDE para Empresas Multinacionales.
- Principios rectores para Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

En 2021 se aprobó realizar un proceso de **Debida Diligencia en Derechos Humanos** con el apoyo de Centro Vincular, cuyo trabajo se realizará durante 2022.

2.4 Gestión de riesgos

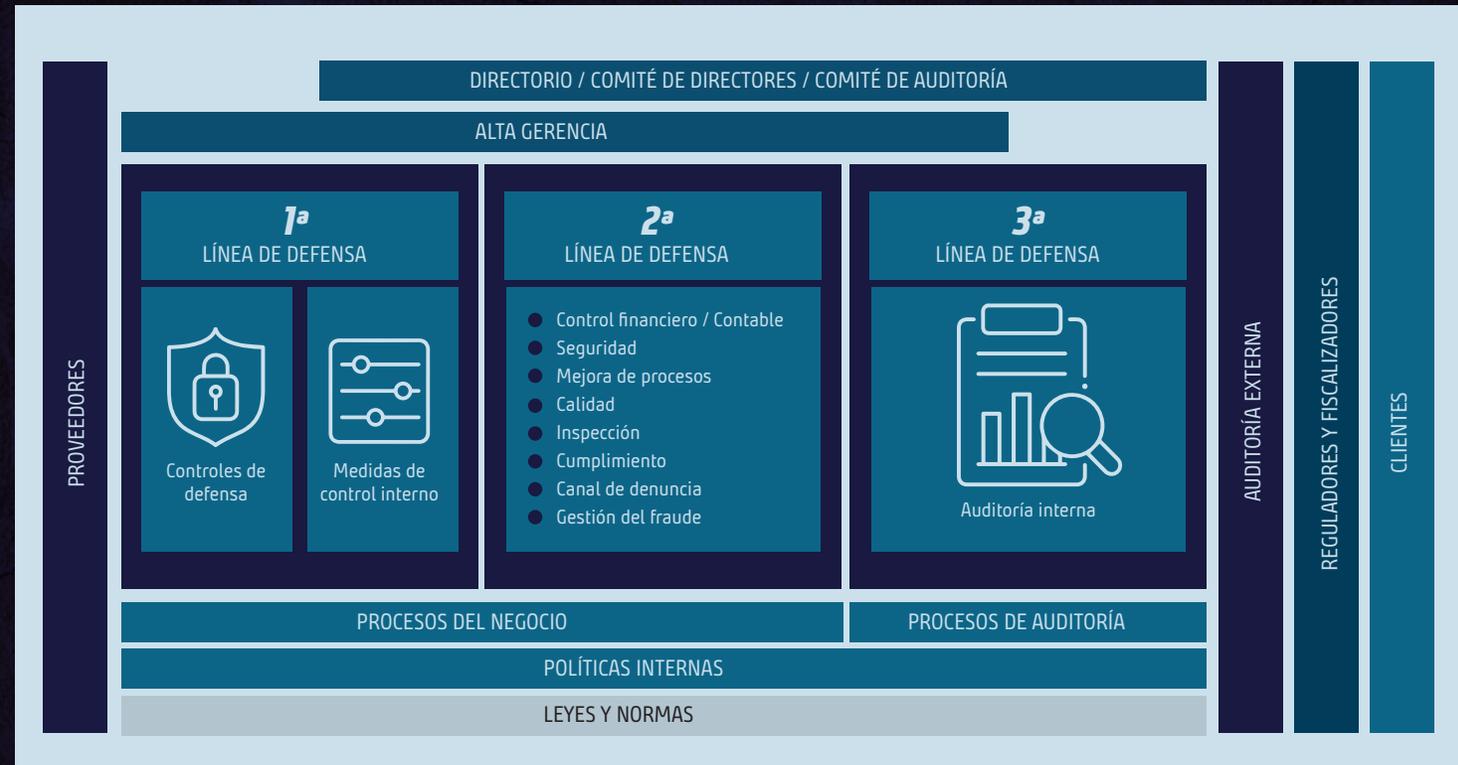
Nuestras operaciones están expuestas a riesgos de diversa naturaleza (financieros, económicos, legales, crediticios, reputacionales, regulatorios, de mercado, tecnológicos, operacionales, de salud y seguridad laboral, de bienestar laboral, entre otros) y el grado en que nos pueden llegar a afectar es determinada en cada una de las áreas pertinentes.

Gestionamos nuestros riesgos mediante la **Política de Gestión Integral de Riesgos**, la cual ha sido desarrollada por Sodimac S.A. que define buenas prácticas de gobierno corporativo con la finalidad de disminuir errores, evaluar de mejor forma oportunidades, evitar pérdidas, tomar conocimiento de los principales riesgos, definir planes de acción para las brechas identificadas, apoyar la toma de decisiones, generar un lenguaje común, traspasar mejores prácticas y fortalecer el ambiente de control, apoyar la determinación de la estrategia y definición de los objetivos estratégicos de nuestra empresa.

La política establece los roles y responsabilidades de los involucrados, declara su apetito al riesgo y define la estructura del Modelo de Gestión de Riesgos. Además, está alineada y da cumplimiento a los requerimientos normativos, mejores prácticas y estándares internacionales como COSO ERM e ISO 31.000.

En Imperial la política corporativa se acompaña de un **modelo para la gestión de riesgos** y un **programa de riesgos**, los cuales se han diseñado en base a los riesgos percibidos e impactos generados a lo largo de nuestra cadena de valor.

Así, la gestión de riesgos de Imperial cuenta con **tres líneas de defensa** que permiten identificar los riesgos y generar los controles necesarios para prevenirlos y mitigarlos.





Primera línea

Corresponde a la línea de defensa ubicada en el área en donde puede ocurrir el riesgo, por tanto, corresponde a los controles de riesgo definidos en cada gerencia.

Aquí cada área identifica los riesgos de su gestión, comunicando los hallazgos al área de riesgos, junto con todos los antecedentes y recursos necesarios para su mitigación y monitoreo. Una vez que el riesgo es gestionado, la primera línea debe evaluar y validar que la información revelada en el análisis de riesgo se enmarca dentro de los objetivos estratégicos de la organización.



Segunda línea

Aquí se ubica el gestor de riesgos, es decir la Sub-gerencia de Procesos y Sostenibilidad, la cual evalúa los controles y planes de mitigación, haciendo seguimiento al programa de riesgos de la compañía, reportándole a la Gerencia General cómo se están gestionando estos riesgos.

En este control participan las áreas de apoyo, desarrollándose controles financieros, de seguridad física, información, procesos, calidad, cumplimiento y gestión ética. Su trabajo se apoya en la figura del Focal Point, quien es el representante operativo del dueño de cada matriz de riesgo, recibiendo las observaciones y situaciones detectadas como riesgo, asociadas a su matriz, para luego comunicarlas y gestionarlas al interior de su área.



Tercera línea

Corresponde al área de auditoría, quienes deben asegurar que las acciones realizadas en la primera y segunda línea sean consistentes con las expectativas de la alta dirección. La auditoría controla con evidencias a la primera y segunda líneas de defensa, estos resultados los reporta al directorio.

Nuestro procedimiento

Los riesgos identificados son analizados y vinculados a riesgos estratégicos. Si no existe vinculación, se monitorea la evolución de estos riesgos. Por el contrario, si el riesgo identificado está relacionado a un riesgo estratégico, existen tres posibles cursos de acción:

- gestionamos el riesgo (a través de nuestro modelo y programa de riesgos)
- externalizamos el riesgo (tomando un seguro)
- convivimos con el riesgo (para lo cual el gerente general debe emitir una declaración explicitando esta decisión).

Cada riesgo identificado es analizado en términos de su impacto potencial y real en la vida e integridad de las personas y en los aspectos reputacionales, económicos y legales de nuestra gestión.

Posteriormente, los riesgos son evaluados en una matriz de calor para determinar si su impacto es crítico, alto, medio o bajo. Junto a ello, analizamos los controles existentes para abordar esos riesgos, determinando si son suficientes para prevenir y reducir su impacto.

Si al analizar el riesgo por el control existente, el impacto del riesgo sigue siendo alto, el área respectiva debe presentar un plan de acción para mitigar el riesgo, cuya pertinencia es determinada y monitoreada por el comité de riesgos.

Los controles existentes se evalúan midiendo su eficacia y peso específico para determinar si mitigan el riesgo, de no ser así, se solicita al gerente de área que junto a su equipo y con la colaboración de gestor de riesgo elaboren un plan de mitigación el que una vez aprobado, se le hace seguimiento en los comités de riesgos.

Esto hace que las matrices de riesgo sean muy dinámicas y estén en cambio constantemente.

Gobernanza de los riesgos

Nuestras **matrices de riesgos** son mapas dinámicos que identifican los riesgos a los que estamos expuestos, el cual es revisado y actualizado de manera permanente, en base a trabajo realizado en las tres líneas de defensa. El monitoreo y gestión de cada matriz de riesgo es de responsabilidad de un gerente de primera línea, quienes reportan a la Gerencia General del corporativo.



Adicionalmente a lo que aparece en la imagen, los riesgos medioambientales son de responsabilidad de la Sub-gerencia de Procesos y Sostenibilidad, mientras que en materia de cumplimiento está la matriz de riesgo del modelo de prevención del delito y la matriz de la Ley 20.393.

Comité de Riesgos

Este comité es el responsable de gestionar la implementación de la Política de Riesgos. Aquí participa el Comité Ejecutivo, quienes sesionan cada tres meses y reportan al directorio de manera anual. En cada sesión, el gerente general supervisa los riesgos identificados, las medidas tomadas para mitigarlos y prevenir su futura aparición, y las matrices atingentes.

El comité analiza los riesgos identificados, revisa el estado de los planes de mitigación, y levanta nuevos riesgos, los cuales son asociados a riesgos estratégicos. Asimismo, se analiza la existencia o no de controles de riesgo y su eficiencia. Si los controles se evalúan como “no eficientes” se le pide al área correspondiente desarrollar un plan de acción.

Adicionalmente, existe un comité trimestral en donde los gerentes de primera línea se reúnen con la Sub-gerencia de Procesos y Sostenibilidad para reportarle a la Gerencia General, a la Gerencia Corporativa de Cumplimiento, y a la Gerencia Corporativa de Riesgos la manera en que estamos gestionando los riesgos.

Existen además otras instancias que refuerzan los puntos de identificación de riesgos, como informes de auditoría, comités paritarios, caminatas de prevención de riesgos, informes de Focal Point, reuniones bimestrales con gestores de riesgos de todas las unidades de negocio del Grupo, entre otros las que una vez levantados son analizados y de ser pertinente se llevan a las matrices de riesgos para su posterior seguimiento.

Medidas para el control y mitigación de riesgos

Contamos con un plan de auditoría permanente que nos permite monitorear nuestra gestión identificando de manera temprana conductas y/o situaciones irregulares que puedan resultar en riesgos para nuestra operación.

Estas auditorías se realizan de manera presencial o remota; durante el 2021 realizamos 101 inventarios generales, un 10% más que las realizadas en 2020, gracias a la paulatina flexibilización de las restricciones sanitarias para prevenir la propagación del COVID-19⁴.

Las irregularidades detectadas se resuelven con medidas correctivas implementadas por las áreas auditadas, las que pueden ser actualizaciones de procedimientos, automatización de tareas manuales y dependiendo de la gravedad pueden llevar a capacitación de carácter obligatorio o sanciones.

Auditorías realizadas en Imperial				
Formato de la auditoría	2018	2019	2020	2021
Presenciales	153	184	80	89
Remotas	195	179	12	12
Total	348	363	92	101

⁴En 2020 debido a las restricciones de movilidad y accesos a las tiendas, priorizamos ocupar el aforo en los clientes.

Al igual que en 2020, seguimos tomando medidas para garantizar la continuidad de nuestras operaciones en el contexto de la crisis sanitaria mundial del COVID-19.



2.5 Estrategia de sostenibilidad

Hemos decidido incorporar criterios de sostenibilidad a lo largo de nuestros procesos para reflejar el compromiso que hemos tomado con la creación de valor sostenible. De esta manera, la gestión de la sostenibilidad en Imperial es uno de nuestros pilares estratégicos, el cual, junto con los pilares de crecimiento y rentabilidad, nos permitirá desarrollar una operación responsable de cara a nuestros grupos de interés.

La gobernanza de esta estrategia es liderada por la Subgerencia de Procesos y Sostenibilidad, la cual es parte de la Gerencia de Administración y Finanzas.

Nuestra Política de Sostenibilidad

Nos hemos comprometido a mitigar los impactos de nuestras operaciones y ser un aporte a todos con quienes nos vinculamos. Hemos capturado este compromiso en nuestra Política de Sostenibilidad Corporativa, la cual va en línea con los principales estándares internacionales de sostenibilidad y buena gobernanza. Estos valores nos permiten enmarcar y guiar las decisiones que tomamos para conducir nuestro negocio, responder con responsabilidad a nuestros accionistas y agregar valor a nuestros grupos de interés.

Los principios que nos guían



Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Hemos incluido la declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social, de la Organización Internacional del Trabajo.



International Organisation for Standardisation (ISO)

Nos guiamos por la Norma Internacional ISO 26.000 de Responsabilidad Social



Global Reporting Initiative (GRI)

Hemos adoptado el estándar GRI para la elaboración de nuestros reportes de sostenibilidad.



Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Incorporamos las directrices presentadas por la OCDE para el comportamiento de las empresas multinacionales



Pacto Global – Red Chile

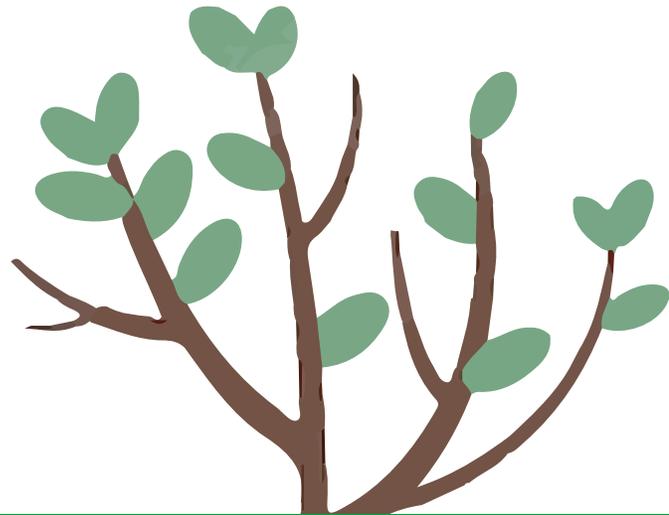
Respondemos a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (ONU)

Gestión de la Sostenibilidad

Hemos desarrollado un **Modelo para la Gestión de la Sostenibilidad** el cual se estructura en cinco etapas, cada una de ellas con compromisos para responder a los diversos impactos de nuestra operación. Por cada compromiso, realizamos iniciativas que nos permitan potenciar nuestros impactos positivos y prevenir y/o mitigar los negativos, las cuales son evaluadas de manera periódica para mejorar su desempeño y comunicar nuestros resultados.

Etapas de nuestro Modelo para la Gestión de la Sostenibilidad





Plan de acción para la sostenibilidad 2021 - 2025

A fines de 2020 cerramos un ciclo y actualizamos en Plan de acción para la sostenibilidad (2016-2020). A partir de la evaluación realizada, decidimos incorporar tres nuevos compromisos:

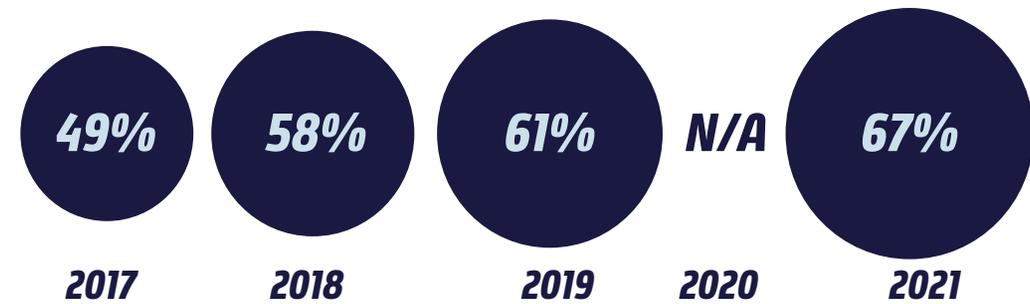
- Realizar un proceso de debida diligencia en derechos humanos.
- Medir nuestra huella de carbono.
- Rediseñar nuestro programa de inversión social.

Medimos nuestro desempeño: Índice de Sostenibilidad

Como parte del Grupo Falabella, medimos anualmente nuestro desempeño social, ambiental y económico con el Índice de Sostenibilidad.

Esta medición evalúa el nivel de madurez de la sostenibilidad en nuestra empresa, analizando su desempeño, impactos reales y potenciales, decisiones tomadas en la materia y actividades desarrolladas para prevenir y mitigar los impactos negativos y potenciar nuestras oportunidades para generar valor a los grupos de interés.

Producto de la pandemia mundial en 2020 no se realizó esta medición, por lo cual los resultados del periodo aquí reportado deben ser comparados con los años 2017 a 2019. Al respecto, en 2021 mantuvimos los resultados obtenidos en 2019.



Contamos con un Comité de Sostenibilidad sesiona de manera bimestral, y en el participa todo el Comité Ejecutivo, y le rinde cuentas trimestralmente al Comité de Directores de Sostenibilidad. Esta instancia supervisa los avances del Programa de Sostenibilidad de cada gerencia.

Relacionamiento con nuestros grupos de interés

[GRI: 102-40, 102-42, 102-43]

Nos vinculamos mediante mecanismos y canales específicos con cada grupo de interés, en atención a la diversidad de intereses y naturaleza de nuestra relación. Con ello, nos movilizamos la creación de espacios de diálogo transparente, buscando crear relaciones de confianza que se puedan proyectar en el largo plazo.

Grupo de interés	Subgrupo	Foco	Responsable	Canales
Gobierno Corporativo	Directorio y accionistas	Crear valor empresarial, mantener el crecimiento y el desarrollo económico de la organización.	Directorio Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web Reporte anual de sostenibilidad Intranet Aplicación Somos Imperial Diario mural Correo electrónico
	Comités ejecutivos	Crear valor empresarial, mantener prácticas de buen gobierno y de toma de decisiones, acordes con los impactos de la organización y los objetivos del negocio	Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> Memoria Sodimac Reuniones de Directorio Reuniones Comité Ejecutivo Corporativo Reuniones Comité Ejecutivo Imperial
	Estructura holding	Crear valor empresarial y proponer controles y mejoras en beneficio de la organización	Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Comité de Auditoría Líneas directas de atención, correo electrónico y teléfono Junta de Accionistas
Colaboradores	Colaboradores	Desarrollar un ambiente de trabajo de respeto y buen clima laboral	Gerencia de Personas	<ul style="list-style-type: none"> Sitio web Intranet Aplicación Somos Imperial Diario mural Correo electrónico Reporte de sostenibilidad Encuestas de clima laboral Comité paritario Inducciones Reuniones con jefaturas y Gerencia de Personas
	Familias de los colaboradores	Crear oportunidades para el desarrollo de las familias y propiciar la motivación de los colaboradores	Gerencia de Personas	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de clima laboral. Comités Paritarios Intranet. Inducciones y capacitaciones Página web y redes sociales.
Clientes	Clientes personas naturales	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer relaciones comerciales Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de productos y servicios Satisfacción del cliente 	Gerencia de Operaciones Gerentes de tienda	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de satisfacción de clientes Sitio web
	Maestros y pequeños especialistas	Fortalecer relaciones comerciales. Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de producto y servicio. Satisfacción del cliente. Disponer herramientas para facilitar el desarrollo de pequeños especialistas	Gerencia de Operaciones / Gerencia de Operaciones Tienda	<ul style="list-style-type: none"> Newsletter Centro de llamados Imperial TV Folleto informativo
	Grandes empresas y empresas constructoras	Fortalecer relaciones comerciales. Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de producto y servicio. Satisfacción del cliente.	Gerencia de Operaciones / Gerencia Operaciones Tienda	<ul style="list-style-type: none"> Libros de sugerencias y reclamos Reporte de sostenibilidad Oficinas comerciales y tiendas Noches mueblistas
	Empresas públicas / ChileCompra	Fortalecer relaciones comerciales. Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de producto y servicio. Satisfacción del cliente.	Gerencia de Operaciones / Gerencia Operaciones Tienda	<ul style="list-style-type: none"> Feria y concurso de diseño Imperial Página de seguidores en Facebook Retroalimentación con grupos de interés

Grupo de interés	Subgrupo	Foco	Responsable	Canales
Proveedores	Grandes empresas	Fortalecer relaciones comerciales, lograr un socio comercial estratégico, satisfacer al cliente y potenciar y apoyar el emprendimiento local	Gerencia comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Contrato VBA (Vendor Business Agreement) con compromisos y acuerdos comerciales con proveedores de mayor tamaño
	Proveedores nacionales	Fortalecer relaciones comerciales. Lograr un socio comercial estratégico Satisfacción del cliente.	Gerencia Comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de proveedores. • Canal de denuncia. • Libro de sugerencias en tiendas. • Líneas telefónicas de atención a proveedores. • Redes sociales. • Canal de Integridad
	Proveedores internacionales	Fortalecer relaciones comerciales. Lograr un socio comercial estratégico Satisfacción del cliente.	Gerencia Comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de proveedores. • Canal de denuncia. • Libro de sugerencias en tiendas. • Líneas telefónicas de atención a proveedores. • Redes sociales. • Canal de Integridad
	Proveedores de servicios	Fortalecer relaciones comerciales. Apoyar el emprendimiento local Satisfacción del cliente.	Gerencia Comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de proveedores. • Canal de denuncia. • Libro de sugerencias en tiendas. • Líneas telefónicas de atención a proveedores. • Redes sociales. • Canal de Integridad
	Proveedores de arriendo e instalaciones	Fortalecer relaciones comerciales.	Gerencia Comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de proveedores. • Canal de denuncia. • Libro de sugerencias en tiendas. • Líneas telefónicas de atención a proveedores. • Redes sociales. • Canal de Integridad
	Proveedores del Estado	Fortalecer relaciones comerciales.	Gerencia Comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de proveedores. • Canal de denuncia. • Libro de sugerencias en tiendas. • Líneas telefónicas de atención a proveedores. • Redes sociales. • Canal de Integridad
	Proveedores pymes	Fortalecer relaciones comerciales. Apoyar el emprendimiento local Satisfacción del cliente.	Gerencia Comercial / Gerencia Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de proveedores. • Canal de denuncia. • Libro de sugerencias en tiendas. • Líneas telefónicas de atención a proveedores. • Redes sociales. • Canal de Integridad
	Comunidad	Juntas de vecinos	Mitigar los impactos negativos de nuestro quehacer y dar empleabilidad local	Gerencias de tienda Subgerencias de Procesos y Sostenibilidad
Liceos técnicos		Apoyar a jóvenes en sus estudios y su posterior inserción laboral	Gerencias de tienda Subgerencias de Procesos y Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas de trabajo con los distintos sub grupos • Encuesta de satisfacción de comunidad • Canal de Integridad
Cuerpos de bomberos		Desarrollar una relación de beneficio mutuo	Gerencias de tienda Subgerencias de Procesos y Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas de trabajo con los distintos sub grupos • Encuesta de satisfacción de comunidad • Canal de Integridad
Estado y organismos municipales		Apoyo al cumplimiento de requisitos legales ambientales y asesorías en temas ambientales	Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> • Informes específicos a organismos públicos • Sitio web • Reporte de sostenibilidad • Reuniones periódicas o esporádicas • Línea directa con Sernac



Participación en asociaciones y membresías

[GRI: 102-12, 102-13]

Conscientes de nuestro rol de ciudadanos corporativos, participamos en instancias que fomentan la responsabilidad y ética corporativa. Aquí contribuimos con los aprendizajes acumulados en nuestros más de 40 años de experiencia, desde la cual interactuamos con actores de la industria de la construcción y otras instituciones del tercer sector.



Pacto Global
Red Chile

Pacto Global Red Chile

En Pacto Global participamos no solo a través de la gestión de las Comunicaciones de Progreso, sino además de las distintas instancias desarrolladas para promover y fomentar la integración de los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas en nuestra estrategia corporativa.



Cámara Chilena de la Construcción

A través de diversas actividades organizadas por esta organización, nos mantenemos actualizados en temas de responsabilidad empresarial, gestión de negocios y el potencial que tenemos para aportar a las nuevas regulaciones y buenas prácticas de gobernanza para las actividades de negocio.



Cámara de Comercio de Santiago

Participamos para apoyar el desarrollo de los colaboradores de la construcción y contribuir a la actividad constructiva en el país.

03. CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO

Nuestra mirada de largo plazo se sostiene en un desempeño económico responsable. Hemos desarrollado una estrategia de negocios enmarcada en nuestra carta de valores y compromiso con la generación de valor para nuestros grupos de interés. Para lograrlo, contamos con un equipo altamente capacitado con el alcance de nuestras metas y la gestión de nuestras operaciones de manera proba y ética.



PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL



DERECHOS HUMANOS

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus socios y colaboradores no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

RELACIONES LABORALES

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

ANTICORRUPCIÓN

Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Metas:

8.2
8.3
8.4
8.8

Tema Materiales Corporativos

[GRI: 103-1, 103-2, 103-3]

- **GESTIÓN SOSTENIBLE DE PROVEEDORES**
- **SATISFACCIÓN DEL PROVEEDOR**
- **EMPRENDIMIENTO LOCAL Y SOSTENIBLE**

Relevancia

El análisis de nuestra cadena de valor es un ejercicio clave para asegurar el alcance de nuestros objetivos económicos y dar cumplimiento a los compromisos que hemos tomado con nuestros accionistas y clientes. Su correcta gestión nos permite fortalecer los impactos positivos y mitigar los riesgos que hemos identificado:

Positiva

1. Aumento de la competitividad e innovación de nuestros proveedores
2. Mitigación de riesgos en la cadena de valor
3. Generación de lealtad de los proveedores
4. Fortalecimiento de la marca y empleo local
5. Mantención o aumento de nuestro capital reputacional

Negativa

1. interrupción de nuestro servicio
2. emergencia de riesgos en nuestra cadena de valor
3. eventuales demandas por incumplimientos a la normativa
4. pérdida de ventaja competitiva

Nuestras herramientas

A lo largo de este capítulo hemos desglosado nuestro Modelo de Gestión de Proveedores (MGP), junto con las políticas, protocolos asociados y responsables de su implementación, dando cuenta de la manera en que nos relacionamos con proveedores y contratistas en todas nuestras dependencias. Asimismo, describimos las instancias para su desarrollo mediante el fomento de prácticas que mejoran sus estándares operacionales, éticos, laborales y medioambientales, lo cual los alinea a nuestros objetivos y les permite ampliar sus oportunidades de negocio.

Monitoreo

Tanto el MGP como el sistema de clasificación de proveedores nos permite dar seguimiento al trabajo realizado por los proveedores, velando que su operación sea funcional a nuestros objetivos económicos y esté alineado con los principios que norman nuestra operación.

3.1 Generamos valor

[GRI: 201-1]

La sostenibilidad de nuestro negocio se basa en una gestión económica responsable y eficiente, que se ejecuta de manera ágil, buscando equilibrar el cumplimiento de nuestras metas con los compromisos que hemos tomado con nuestros grupos de interés.

Estamos plenamente conscientes que la ejecución de un plan de negocios de largo plazo debe buscar no solo la rentabilidad del negocio, sino también la creación de empleos estables, desarrollo de vínculos comerciales transparentes con nuestros proveedores, preocupación y fidelización de nuestros clientes y el respeto y gestión de los impactos potenciales y reales al medioambiente y comunidades.

Ingresos Operacionales

En millones de CLP



Los ingresos totales crecieron un 34,5% durante el 2021 llegando de esta forma a MM\$ 296.577 en el periodo reportado.

Creemos que es en respuesta a nuestro compromiso con la continuidad del servicio en tiempos de la crisis del COVID-19, que en 2021 nuestros ingresos fueron superiores a los del ejercicio anterior.

Estos resultados dan cuenta de la efectividad de nuestra estrategia de ventas en tiempos en donde la venta online y la digitalización de la logística nos ha permitido asegurar a nuestros clientes que somos capaces de entregarles un servicio continuo, seguro y en los plazos comprometidos.

Asimismo, seguimos cosechando los frutos de nuestra estrategia de digitalización de ventas, y al igual que en 2020 el segmento de venta online siguió creciendo, siendo en 2021 un 68,1% superior al período anterior. Con esto, cerramos el año con ingresos operacionales del orden de los 358.129 millones de pesos, un 32,68% mayor a lo alcanzado en 2020.

Valor económico distribuido en millones de CLP

	2018	2019	2020	2021
TOTAL	265.166	252.024	269.922	358.129
Gastos operativos	254.216	212.142	222.037	320.226
Sueldos y prestaciones a los colaboradores	17.961	18.017	18.490	21.594
Pago a los proveedores de capital	3.290	3.547	1.912	3.530
Pago al gobierno	1.134	1.123	9	3.150
Total	276.601	234.829	242.228	335.913
Ventas Netas	220.423	207.273	220.557	296.577
Capitalización/Deuda	65.464	111.151	122.947	125.503
Capital/Patrimonio	36.759	32.456	37.620	52.847
Activos totales	102.222	143.607	160.568	178.350

Transparencia tributaria

[GRI: 102-45]

Pagar nuestros impuestos es una actividad básica de nuestra gestión económica, la cual realizamos de acuerdo a lo establecido en la Política Tributaria del Grupo Falabella. Esta política nos guía y garantiza el estricto cumplimiento de las normas impositivas permitiéndonos reportar a las autoridades y comunicar a nuestros grupos de interés nuestra tributación.

Conforme a la normativa, realizamos el pago de impuestos de manera centralizada en nuestra casa matriz.

Total de impuestos pagados en el 2021 expresado en MM\$



Alineados con nuestra carta de valores, hemos renunciado al uso de estrategias para evitar el pago de impuestos, operar en paraísos fiscales y transferir el valor creado a jurisdicciones de bajo impuesto.

Solidez de nuestra gestión

En lo que a cartera de clientes respecta, específicamente en cuentas a cobrar, el periodo 2021 fue un muy buen año, ya que la cantidad de casos de morosidad enviados a seguro fue mucho menor a la del año anterior.

Respondimos a este contexto de mercado fortaleciendo nuestros procesos de gestión y eficiencia del control de la morosidad, lo cual nos permitió registrar indicadores de mora y siniestralidad históricamente bajos, generando con ello una mayor liquidez y un flujo de caja robusto.

Este hito es sumamente importante, pues refleja que tenemos las capacidades para adaptarnos a nuevos contextos y que podemos seguir conteniendo los indicadores de morosidad y provisión dentro de los parámetros que favorecen nuestra sostenibilidad financiera en el largo plazo.



Mejoras en los mecanismos de cobranza

La unidad de crédito y cobranza desarrolló estrategias de cobranza para la recuperación oportuna de las obligaciones contraídas por nuestros clientes, entre las que se cuentan

1. Envío semanal de cuenta corriente a mail de cliente.
2. Anticipación de la gestión en panel de cobranza 15 días antes del vencimiento de facturas, para conciliar cuentas por cobrar con cliente antes de su vencimiento.
3. Reuniones semanales con el equipo de cobranzas para detectar los principales clientes que se desvían de la normalidad de cobro.
4. Reuniones quincenales con las áreas de venta, revisando en esta instancia clientes con incremento en morosidad y provisión.
5. Levantamiento diario de indicadores de morosidad y provisión, para detectar brechas y saber dónde poner los esfuerzos de cobranza.
6. Campaña de mejora en los medios de pago, pasando de instrumentos como el cheque a transferencias electrónicas, lo que generó en un 53% de migración desde el pago con cheques hacia transferencias electrónicas bancarias.
7. Promoción del uso de la plataforma <https://portalcredito.imperial.cl> la cual permite a nuestros clientes ver su cuenta corriente en línea, facilitando su autogestión.
8. Diferenciación de incentivos al área de cobranza por medio de pago: a mayor liquidez de pago, el porcentaje de comisión es también mayor, logrando con ello que ejecutivos de telecobranza promocionen el pago a través de transferencias electrónicas bancarias.
9. Se realizaron mejoras en nuestro sistema ADAPI para usuarios del área, entregando más información entre otros, generando una optimización del tiempo.

Nuestros estados financieros son publicados anualmente al mercado, los cuales no desglosan entidades financieras. En el caso de Sodimac, se cuenta con estados financieros consolidados que se publican de forma trimestral y donde Imperial forma parte como filial.

3.2 Proveedores: nuestros socios estratégicos

[GRI: 204-1]

El vínculo con empresas proveedoras de servicios, productos y colaboradores contratistas es clave en el éxito de nuestro negocio. Considerarlos como socios estratégicos significa que hemos desarrollado una visión de largo plazo, basada en los principios de trato justo, transparencia y ética comercial, la cual se concreta en el marco regulatorio de nuestra Transparencia Comercial Imperial (TCI) vigente desde 2017.

Dado que éstas son mayoritariamente empresas chilenas, sabemos que tenemos una responsabilidad con el ecosistema económico del sector de la construcción. En medio de la crisis sanitaria mundial, el fortalecimiento de la relación con los proveedores fue clave para asegurar a nuestros clientes tanto la continuidad de nuestro como la mejor relación precio / calidad. Por esto continuamos desarrollando evaluaciones, capacitaciones y respetando los plazos de pagos que hemos fijado, pues sin su desarrollo no podemos crecer de manera responsable.

Para su desarrollo, los invitamos a participar en la Academia CEM Marca, la cual les permite visibilizar sus productos y entregar información especializada a clientes y consumidores.



Gestión de la cadena de suministro

[GRI: 102-9]

Para enfrentar la actual demanda de productos y servicios de manera eficiente y competitiva, trabajamos con nuestros proveedores de manera integrada, utilizando enfoques que faciliten la comunicación y homologación de procesos, especialmente aquellos que requieren digitalizarse.

Alineados con los objetivos corporativos, en 2021 nos fijamos los siguientes objetivos, cuyo alcance depende de nuestra capacidad para simplificar y flexibilizar procesos, y colaborar con nuestros proveedores.



Objetivos de la cadena de suministro con enfoque estratégico

- Disminuir los costos operativos.
- Aumentar la eficiencia de procesos: procesos ágiles, con altos niveles de satisfacción del cliente.
- Aumentar la digitalización de los procesos.
- Desarrollar una Logística Sostenible.
- Gestionar de manera integrada los inventarios, costos, compras, productos y pedidos.
- Potenciar y desarrollar sinergias con Sodimac y empresas de Grupo Falabella.
- Mejorar los estándares de trabajo y operación para nuestros colaboradores a través de instalaciones cómodas, limpias, seguras y espacios de recreación y descanso.

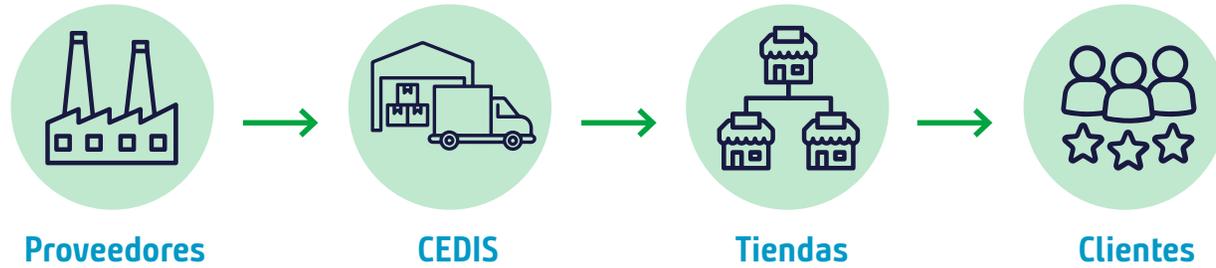
Responsables de la gestión de la cadena de suministro

Los responsables de ejecutar este modelo son definidos de acuerdo a la participación que tengan en la operación.

- **Compras:** Gerencia Comercial, a cargo del control de la relación con proveedores.
- **Abastecimiento y Planificación:** Gerencia de Logística, da seguimiento a los pedidos y define estándares de inventario óptimo.
- **Almacenaje:** Gerencia de Logística, responsable de la administración de inventarios
- **Transporte:** Gerencia de Logística, responsable de la disposición de la flota necesaria para satisfacer demanda de entregas.

Estructura de la cadena de suministro Imperial

[GRI: 102-10]



La gestión de nuestros Centros de Distribución (CEDIS) se enfoca en el correcto control de las mercaderías y en la mejora continua de procesos a través de la automatización y digitalización. Para esto en 2021 implementamos un Software WMS que permite trazabilidad de productos y mantener información en línea. El sistema de gestión WMS en implementación es:



Sistema de gestión de almacenamiento (WMS)



Perfil de nuestros proveedores

Pago a proveedores en millones de CLP

	2020 **	2021 *
Existencia Nacional	132.070	172.791
Existencia Internacionales	23.926	49.140
Gasto	48.687	87.844
Total	204.683	309.775

(*) A partir de año 2021 se incluye el detalle de gasto que se obtiene del libro compras de enero a diciembre 2021. Para este informe se considera las existencias nacionales e importadas por ingresos de guías a bodega

(**) Para año 2020, se re expresan valores según nuevo criterio 2021 para comparación.

Número y porcentaje de proveedores según origen

	2019		2020 **		2021 *	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Proveedores Existencia Internacional	89	22%	47	12%	63	16%
Proveedores Existencia Nacional	317	78%	364	64%	319	56%
Proveedores Gasto	N/D	N/D	620	24%	672	28%

(*) A partir de año 2021 se incluye el detalle de gasto que se obtiene del libro compras de enero a diciembre 2021. Para este informe se considera las existencias nacionales e importadas por ingresos de guías a bodega

(**) Para año 2020, se re expresan valores según nuevo criterio 2021 para comparación.

Número y porcentaje de proveedores por tipo

	2020		2021	
	Nº	%	Nº	%
Proveedores Existencia (***)	411	40%	382	36%
Proveedores de bienes y servicios	620	60%	672	64%

(***) En 2020 reportamos como número total de proveedores el total de proveedores en existencia. En 2021 decidimos complementar esta información reportando el número total de proveedores de bienes y servicios.

En 2021 realizamos pagos a proveedores por un total de 309.775 millones de pesos, un salto significativo respecto del gasto realizado en 2020, siendo un 51,3% mayor que dicho periodo. Por otro lado, el número total de proveedores (***) cayó un 7%, pasando de 411 proveedores reportados en 2020 a 382 registrados en 2021.

Nuestros proveedores internacionales tienen su ubicación de origen en 13 países de Sudamérica, Europa y Asia. En 2021 evaluamos a proveedores de 6 países: Argentina, Brasil, China, Colombia, México y Perú.

Incorporación y actualización de proveedores

[GRI: 308-1]

A través de nuestro Manual de Procedimientos para la Creación y Actualización de Proveedores, los jefes de línea pueden solicitar su incorporación o cambios de sus datos en el sistema ADAPI.

Para la creación del proveedor se debe completar un formulario y adjuntar la documentación de la empresa, para que se pueda solicitar la autorización de su creación y registro en ADAPI. A continuación, el área legal y de gestión de pagos evalúan el riesgo del proveedor, de lo cual depende la creación de su ficha y registro bancario. Por otro lado, el área de gestión de pagos es la que recibe y valida la actualización de datos del proveedor y su evaluación de riesgos.

En ambos casos los riesgos observados son de tipo operacionales y legales, cuyos puntos de control de riesgos nos permiten contar con información fidedigna y asegurar la probidad de las empresas con las que nos relacionamos.

Reconocimiento Eco-Proveedores 2022

En 2021 quisimos incorporar la categoría "sostenibilidad" a los reconocimientos que entregamos a nuestros proveedores con el objetivo de fomentar conductas ambientalmente responsables.

Creamos el Reconocimiento Eco-Proveedores para destacar a los proveedores que tengan la mejor evaluación en su desempeño ambiental.

Los responsables de esta iniciativa en la Gerencia Comercial junto con la de Marketing y Experiencia de Clientes.

NUESTRA VISIÓN: ¿CÓMO LOS GESTIONAMOS?

La gestión de nuestros proveedores es una herramienta que nos brinda competitividad en el mercado, influyendo directamente en nuestra rentabilidad, eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

Por esto hemos desarrollado un enfoque logístico sistémico, pues las actividades de compra y abastecimiento agregan valor a nuestra cadena de suministro, permitiéndonos identificar de manera oportuna aquellos riesgos que amenazan el cumplimiento de nuestros objetivos.

En 2021 consolidamos este enfoque creando el Modelo de Gestión de Proveedores (MGP) realizamos una selección, evaluación y capacitación de aquellas empresas que tengan el potencial de crecer con nosotros como un socio estratégico.



PASAR LOS PROVEEDORES MENOS COMPETITIVOS A PROVEEDORES ESTRATÉGICOS DE ALTA CALIDAD.



SACAR LA MEDIA DEL PORTAFOLIO DE PROVEEDORES ACTUALES



ENCONTRAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE CADA UNO DE LOS PROVEEDORES.



MEJORAR EL SUMINISTRO DE LA COMPAÑÍA.



CREAR RELACIONES CÁLIDAS Y FUERTES.



DISMINUIR LOS NIVELES DE AGOTADOS.



CERTIFICAR LOS PROCESOS Y EL DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES

Este modelo tiene por meta el fortalecer la relación que mantenemos con los proveedores dentro de la cadena de suministro, también buscar generar un impacto sostenible en los productos y manera de trabajo de los proveedores así afianzar nuestra alianza con ellos y con el medio ambiente.

La implementación del MGP recae directamente en las Gerencias Comercial y de Logística, quienes deberán gestionar las actividades iniciales definidas en la primera etapa de su implementación:



CREACIÓN DE POLÍTICA DE GESTIÓN DE PROVEEDORES.



LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA LA CREACIÓN DE INDICADORES.



LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA LOS MISMOS COMPRADORES.



FORMULACIÓN DE INDICADORES PARA MEDIR PROVEEDORES.



IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES PARTICIPANTES.

Proyectos principales del MGP

Nos propusimos implementar el MGP mediante el desarrollo de proyectos que permitan hacer más productivo nuestros CEDIS, mejorando el nivel de servicio a nuestros clientes internos y externos a través de un abastecimiento sostenible.

- **DMS:** Sistema de planificación de CEDIS.
- **WMS:** Sistema de administración de Bodegas.
- **Compras automáticas:** Sistema de reposición de mercadería automática tanto a tienda como a CEDIS.
- **APP de Despacho:** Es la herramienta principal desarrollada en Imperial para la gestión y seguimiento de la operación de transporte de cara a nuestros Clientes. Es la base de operación de los transportistas que operan con Imperial.
- **Sistema de Incentivos:** Desarrollo de un sistema de incentivos y una matriz de rentas en base a la productividad.
- **Logística Omnicanal:** Comprende distintas iniciativas y mejoras que tienen como objetivo hacer más eficiente la operación de la cadena logística y disminuir los plazos de entrega a nuestros Clientes en todos los canales.
 - Despacho Express para ciertos productos y zonas (despacho en 48 horas o menos)
 - Matriz de Plazos de Entrega por Canal
 - Matriz de Asignación de Entrega Pedidos Ecommerce a Cedis/Tiendas
 - Desarrollo de Flujo Long Tail
 - Hub de Tiendas Imperial para Despacho a Clientes
 - Proyecto Intercompany con Sodimac
- Click and Collect Corporativo
- **Electromovilidad:** En conjunto con el área de Transportes de Sodimac estamos desarrollando un piloto para implementar el uso de transporte Eléctrico con foco inicial en nuestros Clientes del canal e-commerce en Región Metropolitana.
- **Recepción Certificada en Tiendas y Digitalización de la Entrega:** este proyecto busca agilizar el proceso de entrega a nuestras Tiendas y Clientes a través de la digitalización de los documentos de entrega (Guía de Despacho) eliminando la emisión de Guías impresas.
- **Implementación de mejoras en Infraestructura, instalaciones para nuestros colaboradores.**

Abastecimiento sostenible

Nuestro objetivo es alcanzar el mejor nivel de SERVICIO en beneficio de nuestros CLIENTES, velando por la SEGURIDAD de las personas, la optimización de los INVENTARIOS, la EFICIENCIA OPERACIONAL y la mantención del MEDIO AMBIENTE.



NUESTRAS METAS

En abastecimiento

- Mantener los Niveles de Inventario, Nivel de Servicio, relación logística con Proveedores, de acuerdo a los planes definidos por la Compañía.

En transporte

- Desarrollar y mantener la relación con proveedores y empresas de Transporte de acuerdo a la política definida.
- Aumentar los proveedores de Transporte que operen en el marco de sostenibilidad de Imperial.
- Implementar y desarrollar la política de Electromovilidad.
- Mantener los gastos de transporte y fletes de acuerdo al presupuesto definido.

En distribución

- Implementar las mejoras tecnológicas, proyectos de innovación y acciones de sostenibilidad que hemos definido.



NUESTRA RUTA

¿Dónde estamos en 2021?

- Redefiniendo estructura y procesos de gestión de proveedores y logística.
- Desarrollando mejoras.
- Incorporando tecnología.
- Definiendo rutinas y controles diarios.
- Mejorando el servicio al cliente.

Hacia dónde vamos

- Automatización.
- Transformación digital.
- Excelencia en el servicio.
- Integración con el ecosistema

Transporte, actividad clave en nuestras operaciones de logística

Las empresas que prestan apoyo en transporte son un actor clave en el aseguramiento de la disponibilidad de nuestros productos y su entrega a los clientes en los tiempos establecidos.

Nuestros transportistas son un grupo de alrededor de 80 empresas con más de 200 equipos/camiones circulando a lo largo del país, quienes nos prestan servicios a lo largo de los distintos CEDIS y tiendas despachando a clientes o entre estas.

Los gestionamos siguiendo el Manual de Evaluación de Proveedores de Transportes, el cual busca:

- Disminuir malas prácticas por parte de los transportes.
- Entregar un marco para la amonestación y suspensión de estos servicios en base a distintos criterios establecidos.
- Estandarizar y estipular normas que se deben cumplir en operación de transportes.
- Sistematizar la documentación necesaria al día y accesible frente alguna problemática de subcontratación.

Los responsables de la ejecución del manual son la Gerencia de Logística, Subgerencia de transporte y los supervisores de transporte, quienes deben asegurar que el trabajo de los transportistas esté alineado con nuestros objetivos y prácticas en materia de eficiencia operacional, probidad y sostenibilidad.

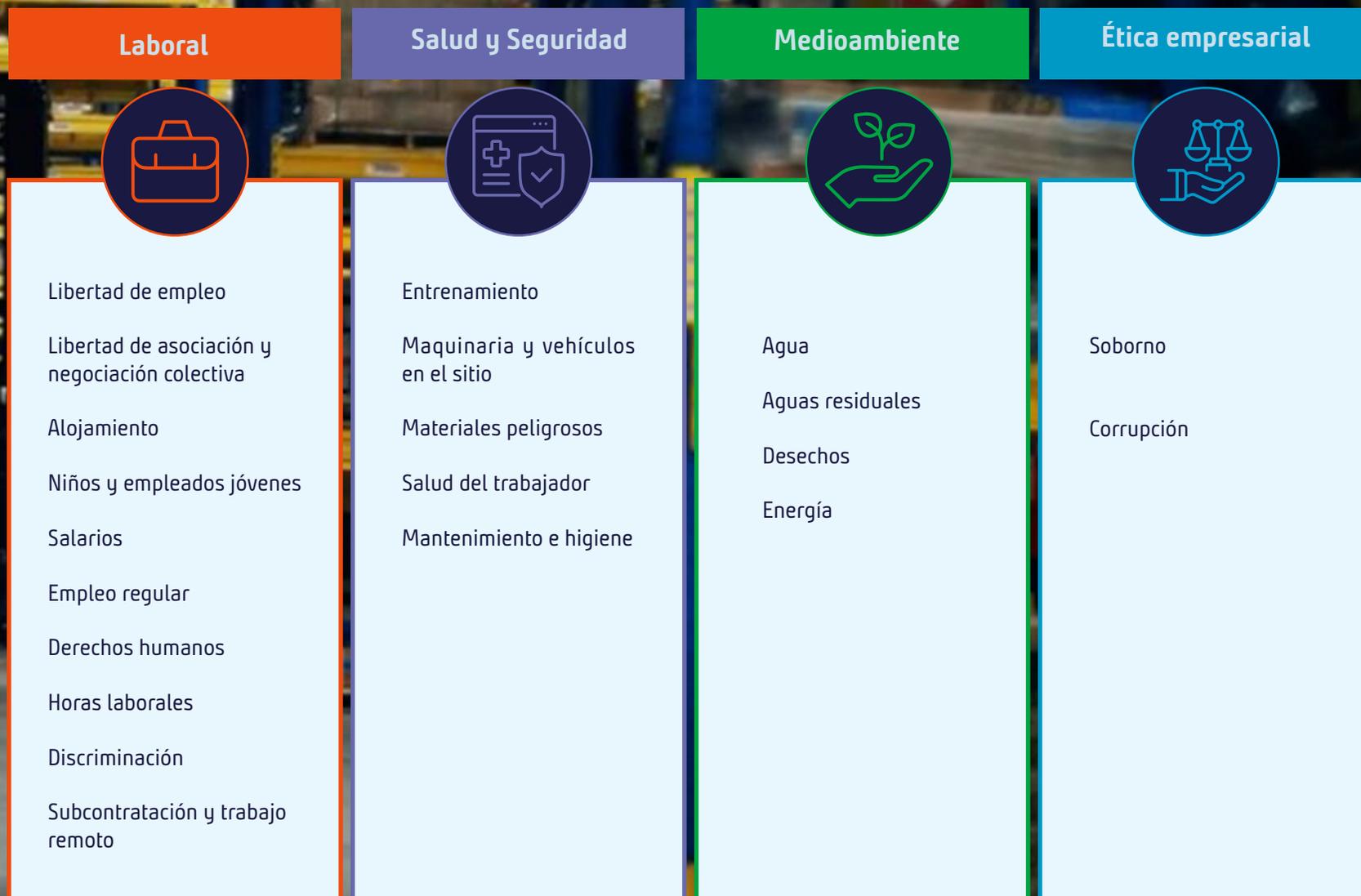
Clasificación de nuestros proveedores

La diversidad de tamaño de nuestros proveedores y su ubicación de origen requiere de una metodología que nos permita clasificarlos para relacionarnos con ellos en términos justos, que aseguren el beneficio mutuo de nuestra relación comercial, el alineamiento de estándares y prácticas operacionales, y la mantención de relaciones de largo plazo.

Una adecuada clasificación nos permite además gestionar los riesgos asociados al trabajo con terceros (como trabajo infantil, respeto a los derechos humanos, malas condiciones de salud y seguridad, malas prácticas laborales), los que pueden afectar nuestra reputación, seguridad de nuestras operaciones y la preferencia de los clientes.

Para estos efectos nos apoyamos en SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange), una organización de membresía que opera una plataforma y servicios en línea que recopila, comparte y analiza datos. El enfoque colaborativo de SEDEX facilita el intercambio de información con los proveedores mejorando el rendimiento ético de sus negocios.

Esta metodología nos permite clasificar los riesgos asociados a cada tipo de proveedor e impulsar la mejora continua de éstos para desarrollar un abastecimiento responsable, mediante la evaluación de ámbitos de gestión estructurados en cuatro pilares:



Gestión del proveedor PYME

La relevancia de las PYMES en la economía nacional nos ha llevado a relacionarnos con estas empresas en términos que potencien su alta adaptabilidad y capacidad de innovar y aborden los riesgos propios de las limitantes asociadas a su tamaño.

Contamos con proveedores de transporte y de abastecimiento que son pequeñas o medianas empresas, con quienes colaboramos para fortalecer sus políticas y prácticas de sostenibilidad.

Plazos de pago

Contamos con una Política de Apoyo a Proveedores Pequeña empresa, la cual señala un plazo máximo de 25 días para el pago a pequeños proveedores. En 2021 realizamos estos pagos en un plazo promedio de 25 días, manteniendo el plazo logrado en 2020.

Modelo de gestión de PYMES

Objetivos

- Identificar proveedores logísticos que se constituyan como PYME.
- Promover políticas de sostenibilidad y transmitir la importancia de las prácticas que contribuyan con la sostenibilidad de la empresa.
- Establecer planes de trabajo con PYMES, identificando los principales problemas u obstáculos que presente el proveedor.
- Medir y gestionar PYMES para cumplir con los estándares que requiere la empresa.

El modelo se estructura en cuatro etapas que nos permiten dar los lineamientos, materializar los compromisos, hacer seguimiento a los planes de acción y comunicar los resultados obtenidos

Etapas

1

- **Desarrollo de políticas:** Se establece el diagnóstico en función de la estratégica corporativa y de nuestra política de sostenibilidad, a partir de lo cual se definen los objetivos a trabajar.

2

- **Selección de proveedores:** Se recoge la información de las PYMES, se evalúan sus prácticas actuales y se clasifican según su riesgo, capacidades y procesos.

3

- **Medición desempeño cadena de suministro:** Se establece un plan de trabajo con objetivos específicos para cada PYME.

4

- **Mejora continua:** Se monitorea la implementación de los planes de acción consensuados con la Pyme, y asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Responsables

Los responsables de ejecutar este modelo estarán definidos de acuerdo a la participación que tengan en la operación.

- **Desarrollo de políticas:** Gerencia de Logística.
- **Selección de proveedores:** Subgerencias de Transporte, de Distribución, y de Proyectos y Abastecimiento.
- **Medición de desempeño cadena de suministro:** Subgerencias de Proyectos y Abastecimiento, de Mejora Continua y Productividad.
- **Mejora continua:** Subgerencias de Mejora Continua y Productividad, y de Proyectos y Abastecimiento.

04. SERVICIO DE EXCELENCIA

Las necesidades y preferencias de nuestros clientes son un factor crucial en nuestras decisiones operacionales, comerciales y de sostenibilidad. Con ellos nos comunicamos de manera responsable, orientándolos sobre las mejores alternativas para concretar sus proyectos, asegurándoles calidad, disponibilidad y seguridad, junto con un creciente rango de productos ecoeficientes y sostenibles.



PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL



DERECHOS HUMANOS

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

MEDIOAMBIENTE

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS



Metas:

12.4
12.5
12.7

Tema Materiales Corporativos

[GRI: 103-1, 103-2, 103-3]

- Experiencia del cliente
- Ética publicitaria
- Innovación y desarrollo
- Economía circular y consumo responsable
- Protección de datos y ciberseguridad
- Transformación digital
- Salud y seguridad del producto

Relevancia

En nuestros 47 años de historia, hemos aprendido que para proyectarnos en el largo plazo, no sólo debemos atender a las necesidades de los clientes, sino que debemos adelantarnos a ellas, atreviéndonos a innovar y a estar a la vanguardia de las soluciones constructivas. Nos hemos enfocado en desarrollar una amplia oferta de productos y servicios pensados para cada tipo de clientes: pequeños empresarios, maestros mueblistas, intermediarios y consumidores finales.

Hemos identificado los siguientes impactos de la gestión de clientes:

Positivos

1. Reputacional
2. Ventaja competitiva
3. Fortalecimiento de marca
4. Fidelización de clientes
5. Experiencia del cliente

Negativos

1. Reputacional
2. Multas y/o sanciones
3. Daño a la marca
4. Pérdida de clientes
5. Mal uso de datos del cliente

Nuestras herramientas

En este capítulo describimos nuestro enfoque para identificar las necesidades de cada tipo de cliente y los mecanismos desarrollados para responder a sus necesidades y gestionar sus expectativas, entre los que se cuentan el Sistema de gestión de la calidad de los productos y el Modelo de gestión de clientes. En atención

a las necesidades específicas de nuestros clientes mueblistas, el Centro de Experiencia del Mueble (CEM), nos permite estar en contacto directo con las necesidades de su rubro. Adicionalmente, frente a la creciente digitalización de nuestros procesos de venta, contamos con políticas y protocolos para la gestión de riesgos de ciberseguridad.

Monitoreo

A través de la Encuesta de satisfacción del cliente, el Net Promoter Score, la gestión y reclamos y las capacitaciones realizadas en el CEM, damos seguimiento al recibimiento que tienen nuestros productos y servicios en cada segmento de clientes.

4.1 Modelo de Gestión de Clientes

Nuestro **Modelo de gestión de clientes** es el marco bajo el cual desarrollamos actividades para mejorar la experiencia del cliente, fortaleciendo los atributos más valorados y reduciendo los efectos contrarios ante experiencias negativas.

Sus objetivos son:



Fortalecer el involucramiento de cada área en la construcción de la experiencia de compra del cliente.



Desarrollar planes de acción para potenciar los atributos mejor evaluados por el cliente y para corregir los atributos con oportunidades de mejora.

Dependiendo del tipo y lugar en donde interactuamos con nuestros clientes, los responsables de gestionar el modelo serán:

Productos y Marketing:
Gerencia Comercial

Colaboradores:
Gerencia de Recursos Humanos

Cajas:
Gerencia de Administración y Finanzas

Logística:
Gerencia de Logística

Experiencia del Cliente:
Gerencia de Operaciones

Sistemas:
Gerencia de Sistemas

Las actividades realizadas para gestionar la experiencia de clientes se estructuran en siete pilares permitiéndonos realizar seguimiento a los planes de acción y medir los resultados obtenidos.



Logística

Entregamos los productos de manera oportuna en el lugar



Productos

Ofrecemos la mejor variedad, calidad, cantidad disponible de productos, a precios competitivos, velando que los productos sean amigables con el medio ambiente.



Marketing

Comunicamos la oferta al cliente y mantenemos actualizada la exhibición de la tienda, mediante un marketing ético-responsable.



Personas

Atendemos de manera amable y oportuna a nuestros clientes, dando la asesoría requerida para realizar su proyecto.



Sistemas

Entregar un servicio estable y continuo, otorgando fluidez al viaje del cliente y desarrollando mejoras continuas de software que contribuyan a una mejor experiencia.



Experiencia del Cliente

Analizamos periódicamente las evaluaciones realizadas por los clientes, identificando oportunidades de mejora y hacer seguimiento a los planes de acción.



Medios de pago

Atendemos al cliente de manera rápida y amable

4.2 Nuestros clientes

[IMP 5, IMP 20]

Perfil de los clientes

El perfil del cliente de Imperial es mayormente profesional, a quienes atendemos de manera integral para asegurar la mejor experiencia de compra.



Contratistas

Respondemos a las necesidades de los profesionales especializados en remodelación y mantención de infraestructuras, sobre todo del segmento habitacional, a quienes ofrecemos precios competitivos y despachos oportunos.



Constructoras

Este segmento corresponde a empresas pequeñas, medianas o de gran tamaño dedicadas al sector inmobiliario, a quienes respondemos con apoyo crediticio, precios convenientes y una atención especializada.



Mueblistas

Atendemos a los maestros emprendedores y a fábricas de mobiliario, quienes desarrollan proyectos para el hogar, oficinas y espacios comerciales. Con ellos mantenemos una relación de socios comerciales, considerando el amplio rango de productos y servicios que puedan necesitar, incluyendo el Centro de Experiencia del Mueble (CEM).



Ferreteros

Se trata de pequeñas y medianas empresas que distribuyen productos de ferretería. A ellos les respondemos con una amplia oferta, un apoyo logístico acorde a sus necesidades y un servicio de crédito que potencia su negocio.



Empresas

Corresponden a empresas e instituciones cuyos proyectos de construcción prefieren el mix de productos y precios de Imperial.

Nos adaptamos a sus necesidades

En 2021 realizamos una serie de cambios y mejoras en las tiendas para seguir entregando la mejor atención a nuestros clientes. En términos generales, optimizamos la infraestructura (rack y bodegas), cambiamos la iluminación a sistemas LED, reforzamos la gestión de tesorería e implementamos sistemas de CCTV (cámaras de seguridad) en los centros de corte, lo cual nos ha permitido aumentar la trazabilidad de los pedidos. Adicionalmente, en cada tienda mejoramos los espacios comunes para los colaboradores, como las áreas de descanso, camarines, duchas y estacionamientos.

En Santa Rosa unificamos las tiendas de madera y ferretería, lo cual reduce los puntos de contacto y entrega un mayor desarrollo tecnológico a clientes y colaboradores. En nuestra tienda de La Serena implementamos el modelo de autoservicio, lo cual ha permitido disminuir los tiempos de compra y mejorar la propuesta comercial de nuestra tienda.

Además, mejoramos la fachada de las tiendas de Maipú, Temuco y Valparaíso, y construimos áreas techadas en el exterior para los clientes de las tiendas en Temuco, Puerto Montt y Huechuraba.

En los centros de corte de las tiendas, se renovaron máquinas de corte y enchape, se mejoró layout, equipamiento de aspiración y mitigación del ruido, se delimitaron las zonas con el fin de reducir el contacto y disminuir el riesgo para los clientes.

En materia digital, desarrollamos puntos de optimización web en todas las tiendas, lo cual permite a los clientes tener mayor autonomía y manejo de los tiempos de compra. En la tienda Valparaíso implementamos el sistema Click & Collect, agilizando el proceso de compra al facilitar el proceso de retiro de productos.

Seguimos atentos al COVID-19

[IMP 5]

En 2021 mantuvimos las medidas adoptada en 2020 para prevenir los contagios de COVID-19 en nuestras tiendas, entre las que se cuentan la demarcación de zonas seguras para mantener la distancia, controles de temperatura en el acceso a tiendas y bodegas, la limitación de aforos, y la modificación de la atención en cajas y servicio de atención al cliente.

Adicionalmente, continuamos promoviendo la compra en línea con retiro en tienda para reducir los puntos de contacto sin interrumpir la continuidad de nuestro servicio.

4.3 Clientes especialistas

[IMP 25, IMP 26]



Clientes Mueblistas

El Centro de Experiencia del Mueble (CEM) es el primer centro en Chile enfocado en la atención de profesionales del rubro mueblistas: contratistas, mueblistas, arquitectos y diseñadores.

En la Academia CEM transferimos conocimientos a través de capacitaciones y conocemos el tipo de proyectos que están realizando estos clientes y sus expectativas sobre nuestros productos y servicios.



Apoyamos a los emprendedores

Fieles a nuestros orígenes, nuestro compromiso es ser un aliado de los emprendedores. Para apoyarlos, hemos diseñado estrategias financieras y comerciales para que estos puedan desarrollarse con nuestros productos.

Así, cada tienda cuenta con una unidad de crédito y cobranzas, que ofrece alternativas económicas a la medida de las necesidades y posibilidad de pago de emprendedores y pequeñas empresas. Entre estas alternativas se cuenta:

- Créditos y capital de trabajo
- Financiamiento a emprendedores
- Plazos de pago acorde a los flujos de los proyectos
- Plazos de financiamiento sin tasa de interés

Para facilitar el proceso, disponemos de un Portal de Crédito en nuestro sitio web, en el cual nuestros clientes pueden revisar su cuenta y documentación asociada, hacer consultas y reprogramar sus pagos si así lo necesitaran.

Objetivos de la Academia CEM

- 1 Apoyar a nuestros clientes entregando un programa gratuito donde aprendan los beneficios de los productos y adquieran mayor valor comercial como profesionales de la industria mueblista.
- 2 Fidelizar a estos clientes con los productos logrando así especialistas promotores de Imperial.

- Clase **1** Sistema de Cajón
- Clase **2** Bisagras
- Clase **3** Elevadores
- Clase **4** Organización Vertical
- Clase **5** Organizadores de Interior
- Clase **6** Organización Esquina
- Clase **7** Sistema de Puerta
- Clase **8** Fijaciones y Uniones

Al igual que en 2020, en 2021 mantuvimos abierta la Academia CEM Mueblista Capacitado con un curso compuesto de ocho módulos que abordan temas relevantes del mundo mueblista.

En el periodo reportado, la Academia CEM realizó 10 capacitaciones mensuales de 10 marcas diferentes, las cuales envían representantes técnicos para enseñar los beneficios, usos y aplicaciones de sus productos y soluciones. Durante el año 2021 la Academia CEM tuvo un total de 817 participantes en sus capacitaciones.

Al completar estas clases de manera satisfactoria, los mueblistas reciben un certificado y pasan a formar parte de nuestro grupo de Mueblista Capacitado CEM. Nuestros mueblistas encuentran información y ofertas especializadas en nuestra web [CEM Imperial](#).

4.4 Digitalización de la atención

Transformación digital

La digitalización de nuestra gestión de ventas ha sido recibida de manera positiva por los distintos tipos de clientes. La transformación digital implica una mejora interna de nuestros procesos, mayor capacitación y gestión para el correcto uso de tecnologías. A través de la modernización de procesos estamos mejorando la experiencia de compra de nuestros clientes y asegurando así la continuidad de Imperial en el tiempo.



Objetivos de la transformación digital de Imperial



Focos de la transformación digital de Imperial

Tecnología

Construyendo plataformas rápidas y económicas que fomenten la adaptación de usuario

Creación de nuevos negocios

Entregando nuevos servicios digitales mediante data inteligente con foco en el cliente

Cultura y organización

Desarrollamos a nuestros colaboradores y reparamos nuestro modelo organizacional

La empresa digital

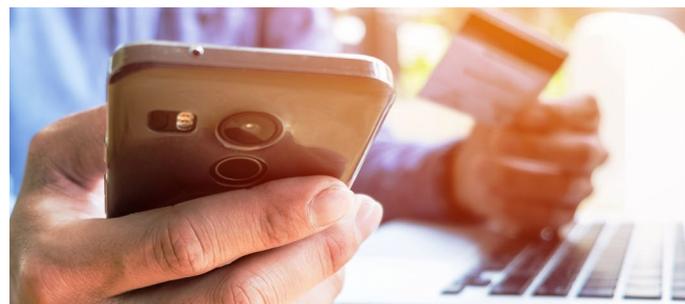


Protección de datos y ciberseguridad

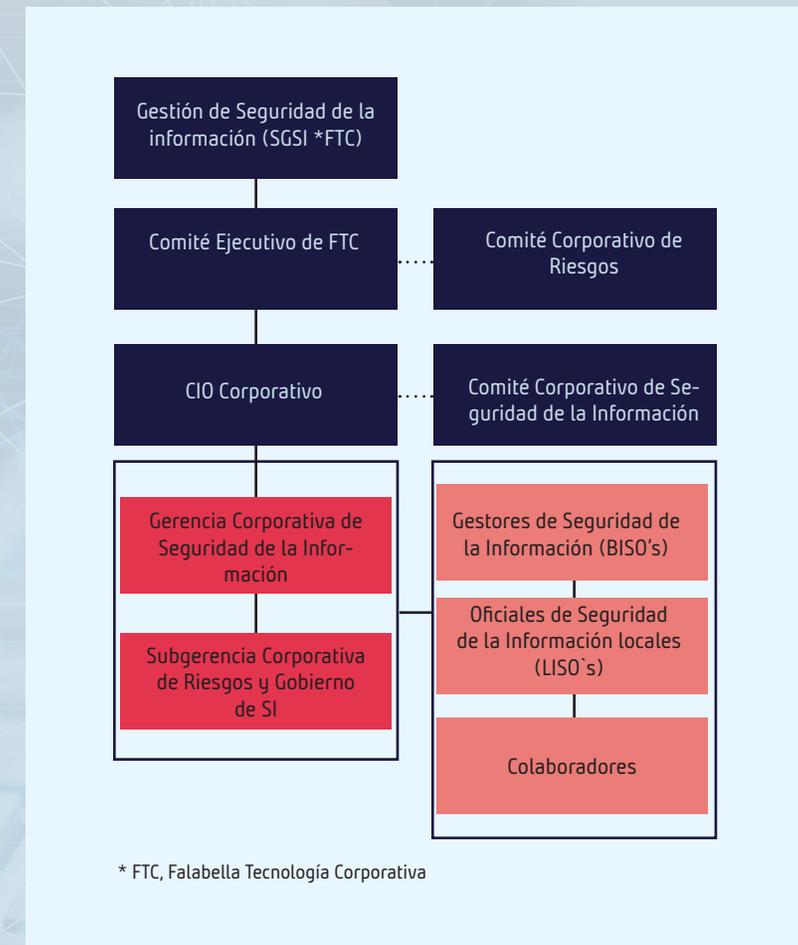
Como parte del Grupo Falabella, el gobierno de la seguridad de la información está estipulado en la Norma de Roles y Responsabilidad en la Gestión de Seguridad de la Información, la cual establece el marco bajo el cual damos cumplimiento a la normativa pertinente. Esta normativa define a la Gerencia Corporativa de Seguridad de la Información como el área responsable del Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información y su implementación en cada una de las empresas del Grupo.

Bajo este sistema, se definen los procedimientos para proteger los datos, información y contenidos contra la modificación, destrucción, divulgación no autorizada y uso inapropiado de la misma. Asimismo, este sistema establece un plan de monitoreo de los indicadores de gestión de la seguridad de datos.

La **Política de ciberseguridad** también es un documento corporativo que define aspectos estratégicos y técnicos de ciberseguridad y sus dependencias con otros dominios de seguridad de la información, de red, de Internet y protección de infraestructuras críticas de información. El monitoreo del funcionamiento de esta política es responsabilidad del Comité directivo de seguridad de la información (CDSI), el Comité corporativo de seguridad de la información (CCSI) y el oficial de seguridad de la información corporativo (CISO), quien debe diseñar y dirigir la revisión periódica de esta política y coordinar su implementación y seguimiento con las gerencias de operaciones de TI.



Estructura de Gestión de Seguridad de la Información



Bajo la **Norma de desarrollo de sistemas** de Grupo Falabella, se establecen los mecanismos para resguardar la seguridad y funcionalidad de los nuevos desarrollos de sistemas o aplicaciones que facilitan la experiencia de compra de nuestros clientes. En cada unidad de negocio del Grupo, el oficial de seguridad de la información es el responsable de adoptar esta normativa a la realidad de cada empresa. En nuestra empresa, las políticas corporativas se consolidan en la **Política general de seguridad de la información** Imperial.

Política general de seguridad de la información Imperial



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Entendemos la seguridad de la información como la preservación y protección de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.



CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Debemos proteger la información que manejamos de forma apropiada, según su valor y sensibilidad, independiente de los medios que la contengan, y velando especialmente por su confidencialidad integridad y disponibilidad.



CUMPLIMIENTO DEL MARCO LEGAL

Debemos cumplir con todas las regulaciones, leyes y normativas de seguridad de la información vigente en los países en los que operamos.



INVERSIÓN EN SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Debemos invertir en tecnologías de seguridad, procesos, recursos y en trabajadores que ayudena proteger la información sensible de la compañía.



ANÁLISIS Y MITIGACIÓN DE RIESGO

Debemos analizar los riesgos de seguridad de la información de forma periódica, para que estos se gestionen y traten de forma adecuada mitigando sus impactos.



ANÁLISIS Y MITIGACIÓN DE RIESGO

Debemos analizar los riesgos de seguridad de la información de forma periódica, para que estos se gestionen y traten de forma adecuada mitigando sus impactos.



ALTA DIRECCIÓN COMPROMETIDA CON LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

A través de la alta dirección de los distintos negocios, debemos velar por la implementación y cumplimiento de las políticas específicas de seguridad de la información. Asimismo, reconocemos como parte integrante de ésta, a todas las normas y procedimientos que se desprenden de las mismas.



CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

Debemos elaborar, gestionar y probar todos nuestros procedimientos de continuidad del negocio, a modo de asegurar la operación de todos sus procesos críticos.



SEGURIDAD, RESPONSABILIDAD DE TODOS

Todos somos responsables por la custodia y protección de la información que manejamos en el desempeño de nuestras funciones.



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Esta política debe ser aplicada, difundida y conocida por todos los trabajadores. Su incumplimiento constituye una falta grave, que será sancionada como tal; por lo mismo, debemos realizar los respectivos procesos de sensibilización y capacitación que sean necesarios.

Servicios digitales

A través de una robusta arquitectura web hemos podido entregar un servicio continuo, que le permite a los clientes encontrar los productos que mejor se ajustan a su proyecto, pagar y hacer seguimiento de manera segura, a través de las siguientes innovaciones:



Optimizador Auto atención

Permite a los clientes presenciales autogestionar sus proyectos que requieren el servicio de dimensionado, disminuyendo los tiempos de atención y mejorando la experiencia de compra. El 2021 se implementó en todas las tiendas, sumando 70 módulos de autoatención disponibles para todos los clientes



Tablet de corte

Esta herramienta digital, instalada en cada una de las máquinas de corte y enchapado, permite a los operadores visualizar los planos de corte, reduciendo el consumo de papel y resguardando la seguridad. Habilitando la trazabilidad para los clientes internos y externos, y productividad en línea para los operadores



Venta Móvil

La venta móvil, a través de una tablet, nos permite optimizar el proceso de venta asistida en tienda, el cual hoy en día está conformado por módulos de atención estáticos. Esta aplicación cuenta con una arquitectura de micro servicios para realizar transacciones on-line sin la necesidad de estar estático en un módulo de venta, permitiendo la movilidad de los vendedores en toda la sala para prestar ayuda a los clientes en la selección o duda de los productos.

Esto implica cambios que incluyen la digitalización de procesos que interactúan con Venta Móvil, como por ejemplo el pago, utilizando las opciones de la tienda (caja, tótem, pay machine, pago on-line, crédito imperial), integrando la atención de cualquier tipo de cliente y segmento de cliente que asista a la tienda ya sea B2C o B2B, permitiendo disponibilizar la lista de precios según su segmento.



Pay machine

Pay machine o Autocaja es una herramienta de auto atención para que los clientes puedan realizar el pago de sus compras sin acudir a las cajas convencionales. Esta admite el pago por medio de diferentes medios como efectivo, tarjeta de débito y crédito. Pay Machine permite a IMPERIAL estar a la vanguardia de las tendencias del mercado, las cuales buscan cada vez más procesos automatizados y de auto atención, en pro de la agilidad del servicio.

Los beneficios de esta herramienta son:

- Mejora el servicio al cliente, evitando filas y reduciendo los tiempos de atención.
- Entrega alternativas de pago en caso de contingencias con el personal de atención de cajas.
- Nos permite estar a la vanguardia en procesos automatizados y de auto atención.
- Es una herramienta mejorable en base a la experiencia de uso de nuestros clientes.





App B2C

Se trata de un canal digital para realizar compras desde un teléfono inteligente 24/7, reduciendo considerablemente los tiempos de transacción. En esta app, los clientes no están restringidos a la disponibilidad de stock en tienda, sino que tienen acceso a un catálogo ampliado de productos. Incluso, en el futuro, el cliente podrá comprar productos que no están en stock de Imperial.

Su uso nos permite saber, en detalle, los productos que buscan nuestros clientes, cuánto se demoran en el proceso de compra, cómo fue su experiencia y conocer de mejor manera a nuestro cliente y personalizar su experiencia de compra.

En 2021, habilitamos el medio de pago FPAY con el motor de fraude CyberSource para seguir reforzando la seguridad de nuestros procesos online. Además, incorporamos descuentos personalizados por Rut o segmento de cliente, nuevas promociones, cupones de descuentos, el crédito imperial para optimizaciones, entre otras mejoras.



Canal de ventas B2B

La venta “business to business” brinda a nuestros clientes mayoristas un servicio de venta seguro, ágil y con acceso a créditos y facilidades de pago. En 2021 implementamos la herramienta Clave Dinámica o Token la cual permite comprar con medio de pago Crédito Abierto Imperial desde el dispositivo móvil a través de la app Imperial, o vía nuestro sitio web. Con esa Clave Dinámica o Token a los clientes se les permite autorizar las compras realizadas con Crédito Imperial.



Optimizador Omnicanal

Es una herramienta web que permite crear y visualizar planos de dimensionado a través de distintos canales, como nuestra página, app y módulos de autoatención. Actualmente el 98% de los planos son optimizados con esta herramienta. Facilitando la omnicanalidad de compra.



Proyecto Tracking

Tracking es una App que le permite a nuestros transportistas y clientes dar seguimiento al despacho de las compras, desde que sale de la bodega hasta su destino final en tiempo real, eliminando la necesidad del uso de papel para completar las hojas de ruta de carga y fiscalización en ruta.

Estos cambios son equivalentes a una reducción mensual promedio de:

- 911,67 Kg de papel
- 19.180 Guías de despacho
- 9.590 Hojas de Ruta
- 1.736,5 Kg de Co2 Equivalente

El uso de Tracking también ofrece beneficios concretos a nuestros transportistas, quienes reciben un pago automático y transparente de sus órdenes y el control de las entregas.



Cazadora App

En 2021 lanzamos Cazadora App, una aplicación móvil que entrega a los colaboradores información relevante de manera oportuna y facilita el acceso a información relevante para gestionar productos en pasillos, cambios de precio, inventario, checklists operacionales, tutoriales y otros.

En 2021, la app tiene nuevas funcionalidades:

- Permiso Remoto de Descuento
- Indicadores e-commerce
- Indicadores Otif
- Dimensionado
- Check List



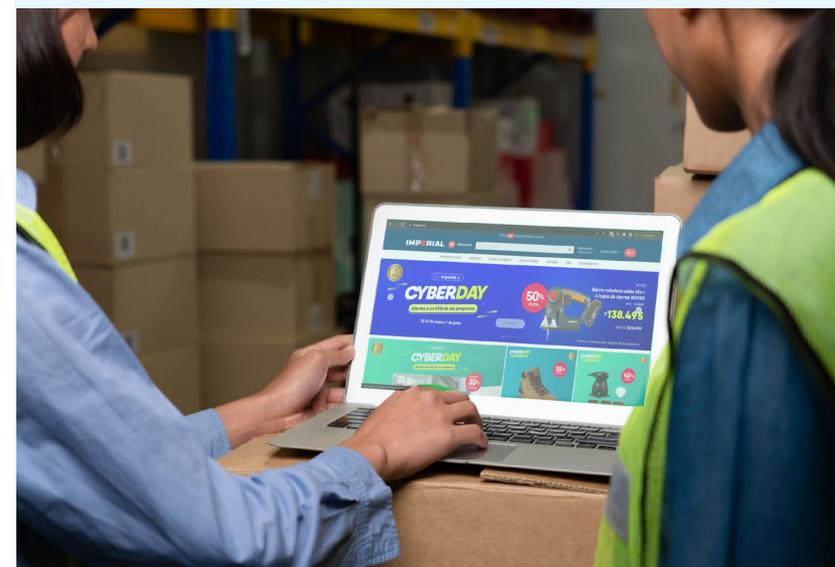
Crecimiento de la venta online

En 2021, tanto las visitas a nuestra web como las ventas online realizadas fueron superiores a las de 2020, un 68% y un 27,2% respectivamente. Por su parte, el volumen de venta en el ciberday se mantuvo estable.

Evolución del consumo online

[GRI: IMP-6]

	2020	2021
Cantidad de visitas a la web	10.735.298	13.652.536
Cantidad de compras en la web	52.000	87.395
Ventas en el Ciberday	6.558	6.523



4.5 Satisfacción de los clientes

[IMP 9, IMP 10, IMP 23]

La satisfacción de nuestros clientes es la base sobre la que se apoya nuestra reputación corporativa. Para desarrollar una sólida relación nos comunicamos de manera responsable con nuestros clientes, asegurándoles disponibilidad de productos de calidad y seguros.

Nuestra gestión de ventas se basa en políticas comerciales justas y transparentes, que entregan información clara y completa, mientras que en cada transacción aseguramos tanto el respeto de sus derechos como consumidores como a la privacidad de su información. Adicionalmente, de manera progresiva hemos aumentado nuestra oferta de productos y servicios sostenibles, basados en principios de economía circular, con el objeto de cubrir las necesidades en materia de sostenibilidad que hoy existen.

La satisfacción y lealtad de nuestros clientes la medimos a través de la Encuesta Net Promoter Score (NPS), la cual evalúa la disposición del cliente a recomendar nuestros servicios basándose en su propia experiencia.

La plataforma Medallia nos permite hacer un monitoreo y gestión constante de las respuestas de nuestros clientes, la cual es consultada por las jefaturas de cada tienda para hacer mejoras en la calidad de servicio y administrar los comentarios e inquietudes que pudiésemos recibir. En 2021, el número de encuestados aumentó un 4,1% respecto de 2020.

Encuestas de Satisfacción de clientes



En 2021, agregamos un nuevo set de preguntas para evaluar el servicio de retiro en tienda y despacho a domicilio. De acuerdo a los puntos de contacto del viaje de los clientes.

Para mejorar la relación con los clientes, en 2021 establecimos nuevos mecanismos de comunicación, como un Call Center y un canal vía Whatsapp. Adicionalmente, creamos un equipo de posventa para la atención personalizada de los casos de reclamo.

Estos canales tienen la misión de atender a los clientes, en relación a sus solicitudes y reclamos, dando solución en el más corto plazo, con el fin de prevenir riesgos asociados a potenciales molestias en nuestros clientes.

Junto a esto, también medimos la satisfacción con los tiempos de espera del servicio de dimensionado y los tiempos de espera en el retiro de productos en tienda como parte de la venta online.

Otros indicadores que evaluamos son, el OTIF, que mide el cumplimiento de la fecha de entrega para pedidos; el nivel de servicio en tienda, la disponibilidad de nuestros productos en las tiendas; la cantidad de reclamos presentados en SERNAC y los tiempos de respuesta; y finalmente el IDR, índice de reclamos que mide la cantidad de reclamos versus el número de transacciones.

En 2021, la tasa de reclamos disminuyó significativamente: un 95,3% respecto de lo reportado en 2020.

Tasa de reclamos*



(*) Se considera como reclamos el número de clientes detractores (encuesta NPS) sumado al número de reclamos recibidos por el Servicio Nacional del Consumidor. Luego, el número de reclamos se divide por el número de transacciones para obtener la tasa.

4.6 Seguridad y calidad de nuestros productos

[GRI: 416-1, 417-1; IMP 23, IMP 24]

Nuestro modelo de gestión

Definimos la excelencia de nuestro servicio en base a tres pilares:



Incorporación de productos sostenibles

Verificamos la fuente de origen de nuestras maderas. Nos abastecemos de terciados, tableros y melaninas con proveedores que han certificado la sostenibilidad del manejo forestal bajo el estándar FSC. Adicionalmente compramos en fábricas que son carbono neutrales o cuyo consumo energético proviene de biomasa, que no talan bosque nativo y que cumplen con la normativa ambiental.



Aseguramiento de calidad

Nuestros productos pasan por estrictos protocolos de seguridad que verifican la seguridad de sus componentes y uso. De manera constante revisamos y renovamos nuestros equipos de corte, lo cual asegura la calidad del servicio de corte y tapacanteado y la seguridad de nuestros colaboradores.



Monitoreo de la seguridad

El servicio de corte y tapacanteado se realiza bajo un protocolo de seguridad liderado por nuestro Departamento de Control de Calidad de Servicios Madera, el cual supervisa permanentemente la gestión en las áreas de dimensionado, bodegas y plantas.

Protocolo para el Control de Calidad

Hemos definido y formalizado los lineamientos para asegurar la calidad de nuestro servicio de dimensionado y tapacanteado de los diferentes tipos de tableros que comercializamos. El control de calidad se basa en el muestreo del 15% de las piezas trabajadas, cuya selección es al azar y de cuya evaluación dependerá la aprobación o rechazo del corte.



Etiquetado, evaluación y seguridad del producto

[GRI: 417-1, 417-2, 417-3]

Todos nuestros productos cuentan con la indicación del país de origen junto con sus datos técnicos, la cual señala su correcto uso y posibles riesgos a la salud del usuario. Esta gestión de la información también le permite a nuestros colaboradores controlar su gestión en tiendas y bodegas, quienes cuentan con protocolos para el manejo de productos peligrosos y el uso seguro de herramientas.

Etiquetado responsable de producto

Características del etiquetado

Características del etiquetado	2019		2020		2021	
	Etiquetados	Total	Etiquetados	Total	Etiquetados	Total
Riesgo de las personas	559	18.860	538	15.073	538	14.486
Con Protocolo de vencimiento y disposición	92	92	86	86	453	453
Pinturas y barnices con agua acuosa	499	1.594	475	1.629	366	830
Tableros de baja emisión	1.086	1.174	767	960	744	931
Total	2.236	21.720	1.866	17.748	2.101	16.700

Durante 2021, no registramos incumplimientos relativos a la información y etiquetado de nuestros productos y servicios. Asimismo, no hubo incumplimientos en materia de comunicaciones de marketing.

Respecto de la evaluación de nuestros productos, hemos analizado los riesgos de salud y seguridad reales y potenciales de todos ellos. En 2021, 538 de nuestros productos presentaron riesgos para la salud de los usuarios – un 3,7% del total de los productos que ofertamos –, lo cual es un 0,1% mayor/menor que lo reportado en 2020.

Corner Imperial

El Corner, corresponde a un punto de venta con servicio, con look y espíritu imperial en las instalaciones de Sodimac que permite a los clientes profesionales y mueblistas desarrollar sus proyectos, aumentando nuestra presencia en el mercado en los puntos donde no tenemos presencia física y consolidando nuestra oferta de valor.

Corner Imperial es una iniciativa 2021, que durante su primer año, se implementó en Sodimac La Reina y Sodimac Kennedy.

En un espacio definido para el dimensionado y corte de tableros, soluciones de borde, herrajes, quincallería y accesorios, para proyectos de mueblería y carpintería, donde atendemos de manera presencial al cliente minorista, asegurando un trabajo ágil en donde ofrecemos dos tipos de corte:

- **Express:** considera hasta tres planchas, entrega inmediata de acuerdo a disponibilidad.
- **Programado:** considera 4 o más planchas (corte volumen y productos con enchape).

Si bien los colaboradores involucrados en Corner Imperial son contratados por Sodimac, es nuestra responsabilidad capacitarlos y disponer de un supervisor, quien vela por el cumplimiento de los procesos, productividad, control de calidad y seguridad.

Programa para la eliminación de productos solventes

La correcta disposición de estos productos es clave en nuestra gestión de residuos. Los compuestos orgánicos volátiles en la pintura pueden afectar gravemente a la calidad del aire, por lo que hemos buscado reducir o reemplazar estos productos por base agua.

El programa es uno de nuestros proyectos en materia de sostenibilidad a través del cual nos unimos a nuestros proveedores para realizar capacitaciones a clientes dándoles a conocer e incentivar la preferencia de opciones eco-sustentables en pinturas.

Tener una alternativa eco-sustentable para todos los productos con solvente .

Trabajar en conjunto con proveedores en:

- **El cambio cultural de nuestros clientes.**
- **El desarrollo e investigación de nuevas opciones y alternativas eco-sustentables acorde a los requerimientos del mercado**

Oferta de productos sostenibles

[IMP 40]

Nuestra línea ECO Imperial es un segmento de nuestros productos que promueven el consumo responsable de agua, energía y producción de residuos



Consumo eficiente – ventas



Producción sustentable

Productos que provienen de un manejo sustentable de bosques durante sus fases de recolección de materias primas y producción

2020	2021
5% de las ventas digitales (web)	33%
9% de las ventas en tienda	46%



Consumo eficiente

Productos que con su uso portan a reducir o evitar el uso de energías de fuentes convencionales de agua dulce u otros recursos

2020	2021
71% de las ventas web en la categoría electricidad	7% de las ventas web en la categoría electricidad
59% de las ventas web en la categoría baño y cocina	23% de las ventas web en la categoría baño y cocina
9,2% de las ventas en tienda en categoría electricidad	11% de las ventas en tienda en categoría electricidad
4,6% de las ventas en tienda en categoría baño y cocina.	25% de las ventas en tienda en categoría baño y cocina.



Fabricación sustentable

Productos que aportan a un ambiente interior limpio y sano sin comprometer la eficiencia energética (Baño y Cocina)

2020	2021
17% de las ventas web	10% de las ventas web
21% de las ventas en tienda	21% de las ventas en tienda

Ventas Productos Sustentables - Madera

Productos que provienen de un manejo sustentable de bosques durante sus fases de recolección de materias primas y producción



05. EQUIPO IMPERIAL

Contamos con un equipo humano comprometido con el alcance de nuestros objetivos y el cumplimiento de los compromisos que hemos tomado con nuestros grupos de interés. Día a día su esfuerzo nos permite entregar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes, por esto hemos buscado convertir a Imperial en un lugar de trabajo que cree en el potencial de sus colaboradores.



PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL



DERECHOS HUMANOS

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de sus socios y colaboradores no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

RELACIONES LABORALES

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS



Metas:
5.1
5.5
5.c



Metas:
8.2
8.3
8.4
8.8



Metas:
10.2
10.3
10.4

Tema Materiales Corporativos

[GRI: 103-1, 103-2, 103-3]

- Empleo y Clima
- Cultura
- Diversidad e inclusión
- Formación y desarrollo
- Dialogo social
- Salud y seguridad

Relevancia

Ofrecer un espacio de trabajo seguro y amigable, que permita el desarrollo de nuestros colaboradores, incide en nuestra capacidad de cumplir nuestros objetivos estratégicos. Por esto nos hemos propuesto a crear empleos dignos y estables, fomentando una cultura laboral integradora, con condiciones laborales atractivas, seguras y que fomentan el desarrollo del potencial de las personas.

La adecuada gestión de personas nos permite potenciar nuestro aporte a los colaboradores y mitigar los impactos de nuestra gestión. Hemos identificado los siguientes impactos:

Positivos

1. reputacional
2. Productividad
3. Atracción y retención de talentos
4. Clima laboral
5. Estabilidad laboral
6. Movilidad

Negativos

1. motivación laboral
2. cumplimiento normativo
3. inseguridad laboral
4. rotación
5. discriminación
6. paros y huelgas

Nuestras herramientas

En este capítulo damos cuenta de los sistemas de gestión, políticas y prácticas que hemos diseñado para ser un lugar de trabajo atractivo y seguro, y gestionar el potencial de nuestros colaboradores a través de una evaluación de desempeño que entrega herramientas concretas para fomentar tanto el avance en sus carreras como el aumento de su empleabilidad. Esto se acompaña de una serie de beneficios y oportunidades de capacitación que buscan recompensar el esfuerzo y compromiso de nuestros colaboradores.

Monitoreo

La gestión de personas y su seguridad tienen asociados a KPI's que son monitoreados de manera mensual y semestral por las respectivas áreas y, anualmente, por las gerencias y alta dirección con el objetivo de definir áreas de mejorar y el presupuesto asociado. En 2021 destaca la implementación de un nuevo modelo para la gestión de desempeño, la cual tiene asociado un plan de monitoreo que apunta el desarrollo de habilidades concretas en plazos acordados con cada colaborador.

5.1 Gestión de Personas

[GRI: 102-8, 401-1, IMP 47]

Foco estratégico

El año 2021 fue un año para madurar nuestro enfoque para la gestión de personas y definir los mecanismos para que la evaluación de desempeño entregue a cada colaborador una ruta a seguir para avanzar en su desarrollo laboral.

Con esa meta, la Gerencia de personas alineó la gestión de colaboradores con el Pilar Sostenibilidad de nuestro Plan Estratégico, desarrollando un plan de trabajo para capacitar a nuestros colaboradores y hacer que se sientan orgullosos de ser parte de nuestra empresa.



OBJETIVOS

- Contribuir a la estrategia Imperial mediante equipos satisfechos con la empresa.
- Gestionar el talento.
- Gestionar un modelo de trabajo sostenible, diverso e inclusivo.



¿EN QUÉ ESTAMOS?

- Digitalización para la autogestión: Academia Imperial – Plataforma de Autogestión del Colaborador.
- Fortalecimiento de los modelos de gestión del desempeño.
- Fortalecimiento de la comunicación corporativa.
- Sistematización de procesos internos.



¿QUÉ QUEREMOS?

- Ser reconocidos como un “mejor lugar para trabajar”.
- Fortalecer las comunicaciones y el desarrollo de los colaboradores.
- Entender las motivaciones personales para retener su talento.
- Desarrollar líderes que impulsen cambios.
- Crear una cultura de trabajo en equipo con foco en la innovación.
- Ser un equipo que sea capaz de Simplificar y Disfrutar más la vida.



¿QUÉ SE VIENE?

- Gestión del desarrollo emocional de las personas.
- Gestión de clima laboral.
- Gestión de la satisfacción laboral.
- Modernizar los modelos de trabajo (flexibilidad laboral y teletrabajo).

Queremos que te sumes

Seleccionamos a nuestros colaboradores basándonos en sus competencias, potencial y ganas de crecer junto a nosotros. A través de la Política de Selección y Contratación de Colaboradores aseguramos un proceso transparente y justo a cada uno de los candidatos, incentivando la atracción de personas que viven en las comunas en donde se ubican instalaciones.

La política se apoya en el Manual de procedimiento para el reclutamiento y selección de colaboradores, el cual establece los procesos para identificar las necesidades y seleccionar a los candidatos idóneos. Esta tarea es responsabilidad de la Gerencia de Personas.

Nuestras fuentes de reclutamiento son: reclutamiento interno, job sites, empresas consultoras, Oficina Municipal de Información Laboral (OMIL), además de los curriculums vitae recibidos en cada unidad de negocio.

A través de nuestra Política de derechos humanos, inclusión, diversidad y no discriminación, aseguramos que en los procesos de contratación no incidan factores como sexo, edad, condición social, religión, orientación sexual, raza, color, estado civil, sindicalización, opinión política, discapacidad, nacionalidad, grupo étnico o cualquier otra condición protegida por la ley. Misma política rige para las promociones internas.

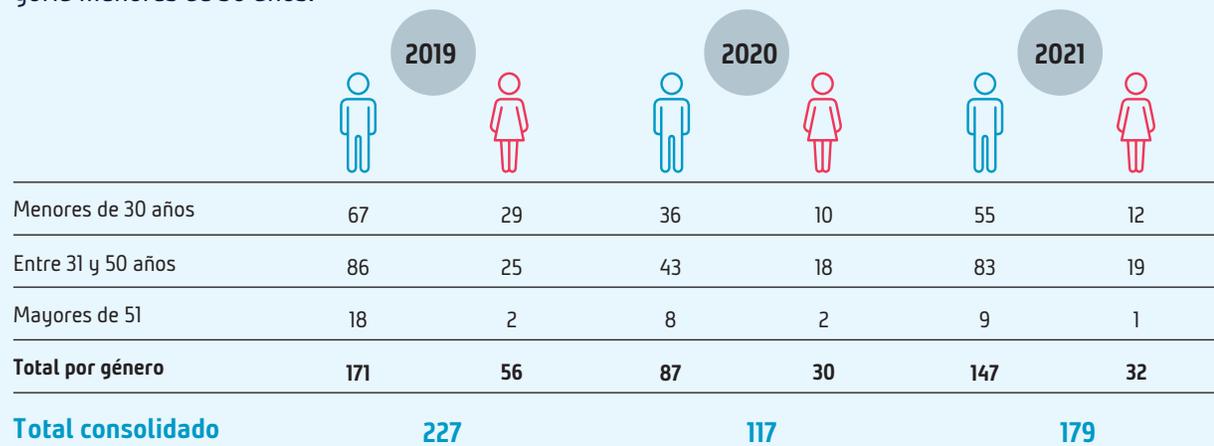


NO al trabajo infantil

En Imperial no realizamos incorporaciones a nuestra dotación de menores de edad, salvo casos puntuales que deben cumplir con la normativa vigente; Artículo 13 del Código del Trabajo y otros documentos normativos relacionados, así como también ser evaluado y autorizado por el Área de Cumplimiento de Imperial.

Nuevas contrataciones por edad

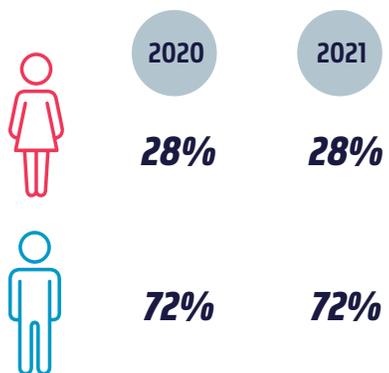
En 2021 se sumaron 179 personas a nuestros equipos de trabajo, donde un 31,2% fueron mujeres, en su mayoría menores de 30 años.



Perfil de los colaboradores

En 2021 fuimos un total de 1.108 personas, distribuidos en ocho regiones del país. De ellos un 72% corresponde a hombres y un 28% a mujeres, manteniendo la proporción del año anterior. Nuestra dotación en el periodo reportado se redujo un 8%, a consecuencia de los efectos de la pandemia mundial, la cual nos ha llevado a optimizar nuestros recursos para garantizar la continuidad y solvencia de nuestra empresa.

Distribución por sexo en la dotación.



Colaboradores a nivel nacional

La mayor cantidad de nuestros colaboradores (el 68,1%) se concentra en la Región Metropolitana, pues es donde se ubican la mayoría de nuestras instalaciones.

Región	2019		2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Coquimbo	29	11	30	11	23	10
Valparaíso	66	23	61	17	53	20
O'Higgins	34	14	31	24	25	14
Maule	29	15	31	15	24	12
Biobío	56	28	51	19	41	16
La Araucanía	63	13	59	14	55	11
Los Lagos	35	15	36	19	35	14
Metropolitana	695	259	580		537	218
Total por género	1.007	378	879	337	793	315
Total	1.385		1.216		1.108	



Colaboradores de la comunidad local

Sabemos que tenemos el potencial de contribuir a la economía de los lugares en donde se encuentran nuestras instalaciones, por lo que fomentamos la selección de candidatos con domicilio en las comunas de nuestras oficinas, tiendas, bodegas y centros de distribución. En 2021, un 36% de nuestra dotación proviene de la comunidad local.



Total de Colaboradores

2020

1.216

2021

1.108



Colaboradores de la comunidad local

2020

419

2021

401



% de colaboradores de la comunidad local

2020

34%

2021

36%

Colaboradores por tipo de contrato.

En Imperial tenemos jornadas de trabajo de 45, 30, 20 y 16 horas de trabajo, lo cual incide en el tipo de contrato ofrecido al trabajador.

		2020	2021	TOTAL	
<p>Tipo de Contrato</p>		Indefinido	309	296	337 2020
		Plazo fijo	4	5	
		Jornada parcial indefinido	24	14	315 2021
		Jornada parcial plazo fijo	0	0	
		2020	2021	TOTAL	
<p>Tipo de Contrato</p>		Indefinido	850	749	879 2020
		Plazo fijo	17	33	
		Jornada parcial indefinido	12	11	793 2021
		Jornada parcial plazo fijo	0	0	

Prácticas laborales

Sabemos que tenemos el potencial de aportar al desarrollo de la nueva generación de expertos en soluciones constructivas. Por esto tenemos un Programa de Prácticas Laborales, dirigidos a puestos operativos, técnicos y profesionales.

La Gerencia de Personas es la responsable de identificar las operaciones en donde podemos recibir a los estudiantes en práctica, definir las entrevistas de postulación e involucrar a quienes serán la jefatura directa de los practicantes.

Los practicantes son recibidos por el gerente del área en donde se incorporan, quien los introduce a la cultura Imperial y por el prevencionista de riesgo, quien está a cargo de la inducción en seguridad y salud laboral.

De igual manera, hemos desarrollado webinars en Centros de Formación Técnica para compartir nuestro enfoque en materia de desarrollo de competencias e integración al mundo del retail. Asimismo, nos relacionamos con liceos técnicos para alinear planes de estudios con las necesidades del mercado constructivo.



5.2 Diversidad e inclusión

[GRI: 405-1, 412-2, 412-3]

La Política de derechos humanos, inclusión, diversidad y no discriminación es el instrumento por el cual asumimos la responsabilidad de respetar los derechos y dignidad de las personas en todos nuestros ámbitos de influencia, con especial foco en nuestras relaciones internas, reconociendo la riqueza de la pluralidad y diversidad individual y la firme convicción que sus particularidades contribuyen al desarrollo de equipos competentes, colaborativos y comprometidos.

Esta política se enmarca en el Pilar Sostenibilidad de Imperial y se basa en nuestros valores corporativos por lo que rige a todos nuestros colaboradores. Adicionalmente, nos permite gestionar nuestros compromisos con la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, las Directrices OCDE para empresas multinacionales, los Principios rectores de derechos humanos de las Naciones Unidas, los estándares de la Iniciativa Global de Reporte (GRI) y los Principios de Pacto Global.

Colaboradores por tipo de cargo y sexo.

En 2021 destaca el aumento en un 100%, pasando de 5 a 10 mujeres ocupando cargos gerenciales y la paridad alcanzada entre el número de mujeres y hombres ocupando cargos administrativos (ambos con 182 personas).

Donde ocurre la mayor diferencia es en el personal operativo, en donde históricamente la participación de hombres ha sido superior a la de mujeres.

Cargo	2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes 1º y 2º línea	46	5	39	10
Jefes y Supervisores	76	44	79	41
Administrativos	182	193	182	182
Fuerza de ventas	121	76	103	69
Personal operativo	454	19	390	13
Total por genero	879	337	793	315

Dotación por edad

El 31,5% de nuestros colaboradores tiene entre 30 y 40 años, seguido por el segmento entre 41 y 50 años de edad, con un 28,6%.

Edad	2020	2021
Menos de 30 años	239	187
Entre 30 y 40 años	383	349
Entre 41 y 50 años	328	317
Entre 51 y 60 años	211	205
Entre 61 y 70 años	51	48
Más de 70 años	4	2

Colaboradores en situación de discapacidad

Hoy un 1,3% de nuestro equipo corresponde a personas en situación de discapacidad. En la Región Metropolitana, contamos con un convenio con la Oficina de Intermediación Laboral (OMIL) de la Ilustre Municipalidad de La Granja, a través del cual difundimos vacantes disponibles y promovemos puestos de trabajo para personas en situación de discapacidad.



Comité de Diversidad e Inclusión

En 2021 creamos esta instancia transversal, nombrada por el Comité de gerentes, liderado por la Gerencia de Personas, la cual busca identificar e implementar actividades que contribuyan al desarrollo de una cultura laboral que nos permita llegar a ser un mejor lugar para trabajar.

5.3 Desarrollo laboral

[GRI: 404-1, 404-2, 404-3; IMP 47]

Queremos equipos de trabajo motivados, comprometidos y equipados con las herramientas necesarias para desempeñarse en sus puestos de trabajo. Fomentamos el desarrollo de las personas principalmente mediante el Plan de Capacitación y la Evaluación de Desempeño.

Plan y programa de capacitación 2020 - 2022

Capacitarnos es una acción de carácter estratégico, que se realiza de manera organizada y sistémica y que nos permite adquirir y desarrollar conocimientos y habilidades específicas.

El objetivo principal de nuestro Plan y programa de capacitación es preparar y entregar oportunidades a nuestros colaboradores y líderes sindicales en la ejecución eficiente de sus responsabilidades que asuman en sus respectivos puestos de trabajo, para que puedan contribuir a un clima de trabajo satisfactorio.

Dependiendo del tipo de capacitación estas se imparten de manera presencial y desde 2021 vía e-learning, mediante la plataforma web Academia Imperial. El tipo de capacitaciones entregadas son de carácter transversal (de utilidad para todos los colaboradores), específicos del cargo y para líderes sindicales.

El plan de capacitación busca identificar las necesidades de capacitación de manera permanente, las que son atendidas a través del programa de capacitación. La eficiencia y pertinencia de las actividades desarrolladas son evaluadas mediante la encuesta de satisfacción del participante.

Academia Imperial 2021

La Subgerencia de Desarrollo Organizacional y comunicaciones es la responsable de gestionar el Campus e-learning de formación corporativa "Academia Imperial". En esta plataforma los participantes acceden a un plan de entrenamiento con una malla curricular de formación obligatoria que busca nivelar los conocimientos, y otra que es asignada de acuerdo con sus puestos y necesidades individuales de capacitación.

En 2021 se dictaron 22 cursos, los cuales contaron con material descargable, pruebas on-line, estudios de casos de negocio, evaluaciones certificadoras, biblioteca y acceso a charlas virtuales.

Esta plataforma permite hacer un seguimiento continuo a la actividad de los alumnos a través de reportes de actividad detallados sobre la gestión de cada participante.

Plan de lanzamiento

MANUAL DE CAPACITACIÓN (Marzo 2021)

- Objetivo general y específicos
- Definiciones
 - Asignaciones de cursos
 - Solicitud de cursos
 - Formato de cursos
 - Restricciones

Malla Curricular (Abril 2021)

- DNC
- Revisión evaluación 2020

Reportes (Abril 2021)

- Definiciones de KPI
- Estadísticas



Becas Imperial

Para enfrentar la creciente y diversas necesidades de nuestros clientes, necesitamos contar con un equipo altamente capacitado, que cuente con herramientas para encontrar soluciones eficientes para nuestros desafíos actuales y creatividad para innovar, permitiéndonos proyectarnos hacia el futuro. Para esto el Programa de Mejoramiento de Habilidades, de la Subgerencia de desarrollo y capacitación lidera los siguientes beneficios:



Beca para estudios técnicos y de pregrado

Esta beca apoya y fomenta la formación académica de nuestros colaboradores, financiando la matrícula y el 50% del arancel anual del programa de estudios (con tope de un millón de pesos por participante). Está dirigido a quienes cuenten con un contrato indefinido y una antigüedad mínima de 12 meses al inicio de la postulación al programa.



Beca para estudios de postgrado

En el 2021 lanzamos esta beca que cubre el 50% del arancel del programa (con tope de UF 70 por colaborador beneficiado). El programa está enfocado para potenciar el desarrollo de colaboradores con un excelente desempeño laboral y que quieran especializarse en áreas clave de nuestra operación.

¡Todos somos diferentes y todos podemos aprender!

En 2021 realizamos el Programa de Introducción a la diversidad, inclusión y equidad de género en el trabajo, el cual fue desarrollado por el Grupo BCN-Sabantis con el objetivo de sensibilizar a los colaboradores sobre el significado, importancia e impacto del reconocer la riqueza de la diversidad.

Desde un enfoque de derechos, el programa se inicia abordando temáticas relacionadas a equidad de género, migración e interculturalidad, raza y etnia y sesgos inconscientes.



Total de horas de capacitación por cargo y género.

	2020		2021	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Gerentes 1º y 2º línea	51	299	29	202
Jefes y Supervisores	859	2.093	882	1.818
Administrativos	3.388	4.885	6.872	5.560
Fuerza de ventas	808	2.024	179	449
Personal operativo	420	19.884	504	11.413
Total	5.526	29.185	8.466	19.442

Horas Promedio de capacitación

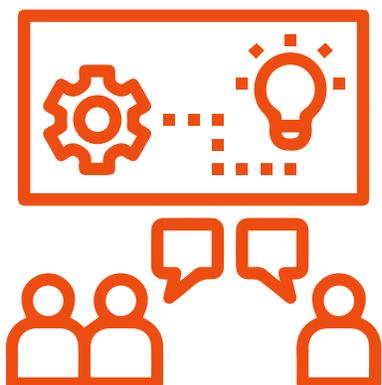


Actividades formativas

En 2021 ampliamos nuestra oferta de actividades formativas como resultado de la implementación del Plan y programa de capacitación.

2020	
Programa desarrollado	Colaboradores capacitados
Modalidad Teletrabajo	234
Dekra COVID-19	74
Nueva mesa de ayuda	54
Prevención COVID-19	1223
Promoción de la seguridad y el autocuidado	224

2021	
Programa desarrollado	Colaboradores capacitados
Formación de Ayudante Avanzado	81
Product Owner	13
Programa de Becas	23
Sistema Logístico WMS	28
Desarrolla habilidades	8
Programa de Grúa Horquilla	49
Inglés	4
Responsabilidad Civil y Penal	46
Prevención y Protocolo COVID-19	1.153
Programa Excel	33
Programa de Liderazgo	109
Programa de Diversidad e Inclusión	123
Programa Apoyo a la venta	26
Recomendaciones Psicológicas Teletrabajo	350
Prevención de Riesgos en el Hogar	70
Seguridad, Prevención, Ergonomía y Teletrabajo	61



Probidad: una tarea de todos

Para reforzar nuestros procedimientos en materia de ética y probidad, desarrollamos la campaña “Un millón de gracias, pero no”, la cual desincentiva la práctica de hacer y recibir regalos en el contexto de una relación comercial o profesional, pues puede afectar la independencia de nuestras decisiones y nuestra reputación.



NO ACEPTES O HAGAS UN REGALO que vaya más allá de una simple cortesía de valor mínimo.



NO ACEPTES UN REGALO si tienes la sensación de que quien lo hace, quiere influir en tus decisiones.



NO HAGAS UN REGALO si estimas que con él podrías influir en las decisiones de quien lo recibe.



NUNCA HAGAS O ACEPTES REGALOS a o de, un funcionario público o competidor.



EN NINGÚN CASO HAGAS O ACEPTES REGALOS en dinero, representativos de dinero, favores o servicios, entre otros.

El cuidado de la privacidad de datos de nuestros clientes es responsabilidad de todos. En la medida en que avanzamos en la digitalización de nuestros procesos, hemos desarrollado capacitaciones para preparar a los colaboradores sobre la importancia y los protocolos que hemos diseñado para resguardar el debido uso de los datos personales de nuestros clientes, reforzando los contenidos de nuestra política general de seguridad de la información.

Evaluación de desempeño

El desempeño de nuestros ejecutivos recibe una evaluación en 360°, es decir que son evaluados por sus pares, equipos a cargo, supervisores, jefes directos y clientes más una autoevaluación. Mientras que, a los colaboradores de las gerencias de Administración y Finanzas, Contraloría, Comercial, de Operaciones, Gerencia de Personas y Canal Tienda, son evaluados con una herramienta en 45°, lo que significa que el jefe o supervisor directo califica el desempeño anual de su equipo, a través de un set de criterios atingentes al cargo y 180° en donde se complementa la evaluación con la incorporación de la mirada del equipo directo más la autoevaluación.

En 2021 introdujimos dos nuevos tipos de evaluaciones: la evaluación en 90°, correspondiente a una autoevaluación más la evaluación de la jefatura, y la evaluación en 270°, que incluye una autoevaluación, evaluación de la jefatura directa y la evaluación de pares y clientes.

Evaluación de desempeño 2021

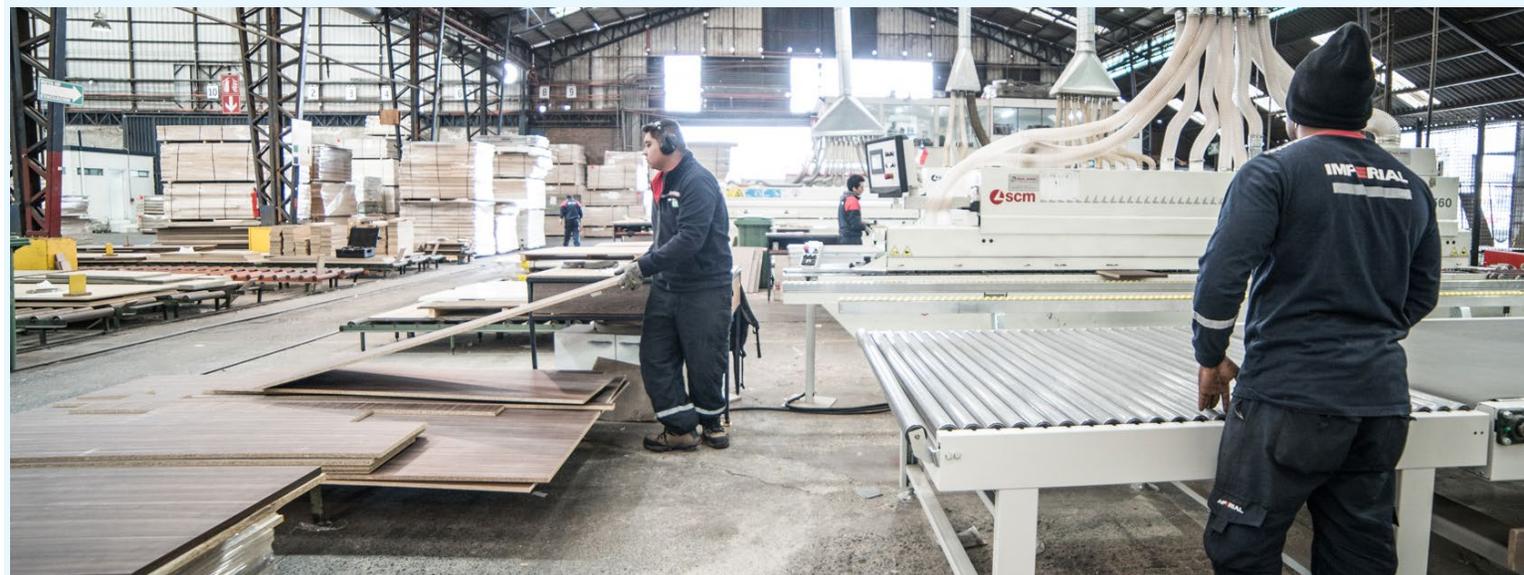
Tipo de evaluación	Colaboradores Evaluados 2020	Colaboradores Evaluados 2021
45°	74%	72%
90°	0%	23%
180°	0%	1%
270°	0%	0%
360°	26%	4%

En todos estos casos, la evaluación incluye el cumplimiento de nuestro Código de Integridad, con el fin de reforzar la importancia de conducirnos de manera transparente, haciendo lo correcto para la sociedad y nuestras comunidades, manteniendo relaciones de confianza con nuestros proveedores y clientes, y fomentando una cultura laboral inclusiva.

Avances en la gestión 2021

En 2021 la nueva evaluación de desempeño nos permitió identificar el nivel de desarrollo del colaborador, su potencial y la categoría en la cual se encuentra su desempeño. A partir de esto desarrollamos la matriz de talento herramienta que nos permite modelar las alternativas para el crecimiento de nuestros colaboradores y proyectar su futuro en Imperial en base a sus intereses, potencial y necesidades de perfeccionamiento.

Matriz de Talento



Colaboradores evaluados por tipo de instrumento.

	2019 *	2020 *	2021 *
Evaluación 360°	43	46	43
Evaluación 45°	252	132	745
Evaluación 90°	—	—	239
Evaluación 180°	—	—	10
Total	295	178	1.037

(*) Los datos de la tabla corresponden a la gestión del año anterior.

Número y porcentaje de colaboradores evaluados por cargo y género en 2021

Categorías				
	Nº Total	% que recibió evaluaciones	Nº Total	% que recibió evaluaciones
Gerentes y Sub Gerentes	6	100%	37	100%
Jefes y Área	31	100%	92	100%
Supervisores	4	100%	24	100%
Empleados	223	100%	620	100%

Movilidad interna y rotación

Nos regimos por la Política de movilidad interna de Grupo Falabella, la cual potencia el crecimiento profesional y meritocracia al interior de las empresas del Grupo mediante la entrega de oportunidades de desarrollo intra e inter negocio. La política privilegia la promoción interna de los colaboradores antes que la incorporación externa, siempre que los candidatos cumplan el perfil del cargo. Para postular, el colaborador debe contar con una evaluación de desempeño satisfactoria y una antigüedad mínima de 1 año en su cargo.

Los responsables de la ejecución de esta política son las Gerencias de Recursos Humanos de todos los negocios y países del Grupo Falabella, el cual entrega las facilidades y orientaciones para su implementación.

En Imperial, esta política se implementa con el Procedimiento de postulación a concurso interno, documento que define a gerentes, subgerentes y gerentes de primera línea, como los responsables de promover la contratación interna, asegurando la transparencia del proceso.

En el 2021, se abrieron 77 concursos laborales en todo Imperial, y de ellos el 49% fue ocupado por colaboradores Imperial.

En el caso de la rotación laboral, tanto la voluntaria como la involuntaria aumentaron en 2021 respecto del periodo anterior.

Rotación

	2020	2021
Rotación voluntaria	5,32%	11,37%
Rotación involuntaria	20,20%	23,49%



5.4 Bienestar laboral

[GRI 401-2, 401-3; IMP 19, IMP 35]

En 2021 lanzamos el Programa de bienestar y calidad de vida laboral para asegurar un ambiente laboral propicio, donde nuestros colaboradores se sientan satisfechos y motivados a seguir desarrollando sus habilidades y conocimientos. El responsable de su ejecución es la Subgerencia de Desarrollo Organizacional, con el apoyo de las áreas que lideran a las personas participantes.

Su implementación partió con un diagnóstico de los programas anteriores, permitiéndonos dar continuidad a líneas de trabajo que contribuyen a alcanzar nuestros objetivos corporativos y rediseñar o crear nuevas iniciativas que nos permitan hacer frente al nuevo contexto en el que estamos operando (particularmente la pandemia y la digitalización de nuestros procesos).

Entre sus objetivos se encuentra el aumentar la productividad, disminuir la tasa de ausentismo, informar sobre hábitos saludables, y contribuir a la salud mental de nuestros colaboradores.

Entre las actividades desarrolladas en 2021 contamos con:

Ciclo de charlas “Estamos contigo siempre”, dictados por expertos en materias de conciliación laboral, felicidad, mindfulness, manejo de crisis, desafíos de la paternidad y maternidad, entre otras.

Colaciones saludables, distribuidas en todas nuestras instalaciones.

Al término de cada una de estas actividades se obtuvo feedback de los participantes para conocer su satisfacción con el evento y levantar oportunidades de mejora para las siguientes instancias.

Destacamos tu esfuerzo

Queremos que nuestros colaboradores se sientan orgullosos de pertenecer a Imperial y que quieran seguir aportando y contagiando su entusiasmo. El Premio Espíritu Imperial, reconoce trimestralmente a aquellos colaboradores que sobresalen en sus puestos de trabajo, siendo innovadores, colaborativos y comprometidos con un trabajo bien hecho. Por su parte, el Premio Ulpiano Cabo, reconoce la trayectoria del colaborador distinguido, el que se destaca por reflejar los valores institucionales, además de sobresalir en su desempeño.

En atención a las particularidades de los centros de distribución contamos con la Política de mejoramiento de la calidad de vida del personal interno y externo dentro de los centros de distribución, la cual define controles y responsables de la revisión diarias de nuestras instalaciones, recogiendo y atendiendo las necesidades de mantenimiento de nuestros centros de distribución, manteniendo casinos, baños, camarines y áreas de descanso en perfecto estado.

Los responsables de ejecutar esta política son la Gerencia de Logística y la Subgerencia de Distribución.

Destacamos el ciclo de charlas “Estamos contigo siempre”, un ciclo de seis actividades dirigidas a la oficina de apoyo y jefatura, en las que participaron 420 colaboradores.

Beneficios, incentivos y remuneraciones

[GRI: 401-2]

Contamos con una oferta de beneficios que buscan contribuir al bienestar y a la satisfacción de nuestros colaboradores.

Beneficios Imperial 2021



Convenio oncológico

Convenio con Fundación Arturo López Pérez, que otorga planes a valores preferenciales a los colaboradores.



Caja de compensación

Estamos afiliados a la caja de compensación Los Andes, en la que los colaboradores pueden acceder a una serie de beneficios, tales como bonos de educación, acceso a centros recreativos, convenios médicos y dentales, créditos, entre otras prestaciones.



Cajas de Navidad

Beneficio para colaboradores con ingreso hasta el mes de agosto de cada año. A quienes ingresaron posteriormente se les entrega una bolsa de Navidad.



Venta con descuentos

Acceso a compras en la tienda con descuentos directos.



Seguro complementario de salud

Beneficio para el personal de jornada completa y parcial y sus cargas familiares, consistente en reembolsos por gastos médicos y financiamiento de copagos no cubiertos por el sistema de salud (Fonasa o ISAPRE).



Beneficio en caso de fallecimiento del trabajador o familiar directo

Beneficio (económico y en días) en caso de fallecimiento del trabajador o familiar directo.



Seguro de vida

La empresa cuenta con un seguro de vida con la compañía Vida Security



Asistencia sanitaria

La empresa cuenta para todos los colaboradores con un seguro COVID-19 corporativo.



Programa +Días para ti

Beneficio para todos los colaboradores, el que considera aumentar el tiempo libre, dando días libres adicionales a los legales.

Nuestro sistema de incentivos se enfoca en los colaboradores de tiendas y plantas, buscando destacar su compromiso con la productividad y la excelencia en el servicio al cliente. Los incentivos son de carácter monetario, de acuerdo a distintos indicadores relevantes al cargo. En 2021 mantuvimos los beneficios reportados en 2020.

Incentivos Imperial 2021



Incentivos a operadores de máquinas dimensionadoras, estandarización de tarifa para todos los colaboradores de plantas y tiendas. Además de ajustes a la tabla de normalización de cortes.



Incentivos de vendedores de tiendas, con modelo caracterizado de clientes, en base a comisiones por ventas. Finalizando la implementación en todas las tiendas durante el año 2021



Incentivos según cumplimiento de indicadores clave de desempeño para las áreas de administración y finanzas, comercial, operaciones, recursos humanos, sistemas y contraloría

En el caso de los ejecutivos, los incentivos premian el cumplimiento de metas económicas, ambientales y sociales, las que son monitoreadas a través del índice de sostenibilidad.

Las remuneraciones son determinadas siguiendo nuestra Política de remuneraciones la cual las fija acorde a los valores de mercado e incentiva el cumplimiento de las metas establecidas.

Relación de Sueldo inicial vs sueldo mínimo

La remuneración mínima en Imperial, al mes de diciembre de 2021, fue de \$541.415 monto superior en un 62,3% al mínimo legal del país de \$333.500

	2020					
	Tipo de cargo 1 Administrativo		Tipo de cargo 2 Vendedores Retail		Tipo de cargo 3 Operarios	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Salario Inicial (CLP)	723.771	500.091	696.046	792.479	449.189	456.802
Salario Mínimo (CLP)	319.250	319.250	319.250	319.250	319.250	319.250
Relación %	2,27	1,57	2,18	2,48	1,41	1,43

	2021					
	Tipo de cargo 1 Administrativo		Tipo de cargo 2 Vendedores Retail		Tipo de cargo 3 Operarios	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Salario Inicial (CLP)	854.448	644.187	1.308.731	1.321.008	551.472	541.415
Salario Mínimo (CLP)	333.500	333.500	333.500	333.500	333.500	333.500
Relación %	2,56	1,93	3,92	3,96	1,65	1,62

En el caso de los ejecutivos estos reciben un bono anual, el cual está compuesto por el cumplimiento del plan de ventas, plan de gastos, y rendimiento del área, los que no son exclusivamente indicadores económicos ya que se encuentran vinculados a metas sociales y ambientales, como por ejemplo el resultado de la encuesta de clima laboral y medición de satisfacción de clientes.



Relación de sueldo por género y tipo de cargo

[GRI: 202-1]

La remuneración de cada estamento se calcula en base al salario mínimo más una remuneración variable asociada a la productividad

	2020				
	Hombres		Mujeres		Relación sueldo Mujeres/hombres
	Total Sueldo Base	Sueldo Promedio	Total Sueldo Base	Sueldo Promedio	
Gerentes 1º y 2º línea	2.368.379.854	4.385.889	2.27.812.965	3.796.883	-16%
Jefes y Supervisores	1.870.130.621	1.137.549	925.950.307	976.741	-16%
Administrativos	784.590.521	470.378	865.288.725	400.597	-17%
Fuerza de ventas	613.490.476	381.524	301.951.029	326.787	-17%
Personal operativo	2.258.431.820	382.526	60.922.510	267.204	-43%
Total por genero	7.895.023.292	1.351.573	2.381.925.536	1.153.642	-17%

	2021				
	Hombres		Mujeres		Relación sueldo Mujeres/hombres
	Total Sueldo Base	Sueldo Promedio	Total Sueldo Base	Sueldo Promedio	
Gerentes 1º y 2º línea	2.483.135.638	4.738.808	309.614.120	3.478.810	27%
Jefes y Supervisores	1.853.092.117	1.171.360	929.688.020	1.023.885	-13%
Administrativos	856.918.608	512.511	771.494.266	405.836	21%
Fuerza de ventas	542.865.111	391.960	290.408.600	330.010	-16%
Personal operativo	2.021.018.856	383.277	58.829.305	308.007	-20%
Total por genero	7.757.030.330	1.439.583	2.360.034.311	.109.310	-23%

En Imperial no discriminamos por género, en cuanto a remuneración. La remuneración está sujeta al cargo, independientemente del género de quien ocupe dicho cargo.

Satisfacción laboral

[IMP 35, IMP 19]

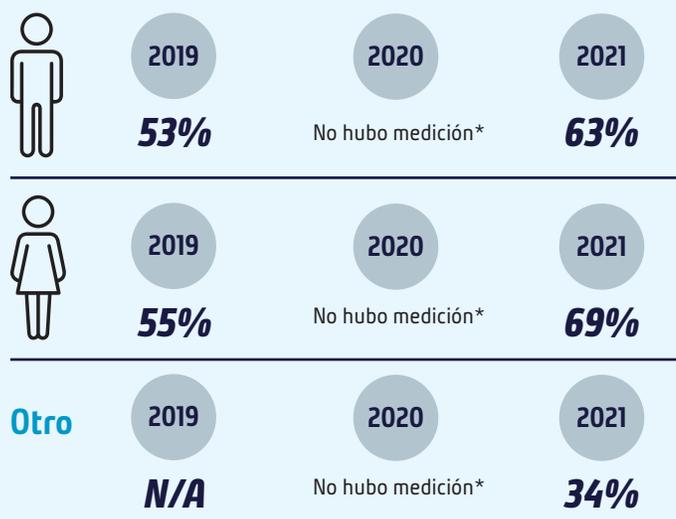
En 2021 retomamos la medición del clima laboral, la cual suspendimos en 2020 producto de la pandemia COVID-19, focalizando los esfuerzos en la continuidad operativa y del negocio.

La herramienta con la cual medimos el clima laboral es la encuesta Great Place to Work, la que fue respondida por 958 colaboradores en los meses de mayo y junio de 2021.

Nivel de satisfacción general con el clima laboral



Resultado del clima laboral por genero



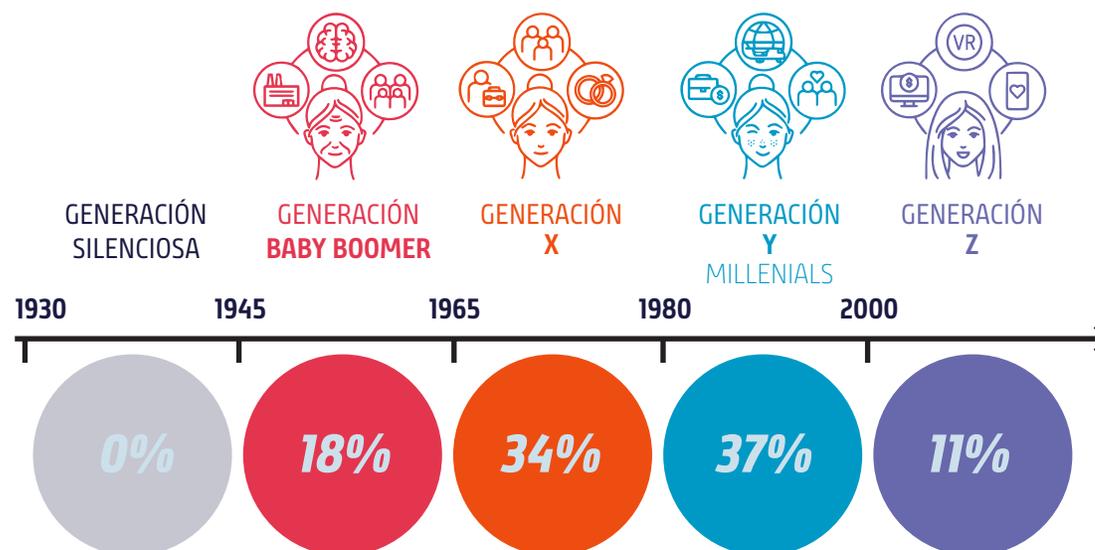
(*) Medición no realizada por la pandemia

Rango etario



El 60% de los colaboradores está en el rango entre los 18 y 44 años.

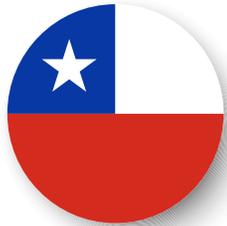
Generaciones



Es importante destacar que un 48% de los colaboradores pertenecen a las generaciones más jóvenes.

EMPLEADOS POR NACIONALIDADES

La relación entre Chilenos y Extranjeros es de 91% y 9% respectivamente, dando cumplimiento a la normativa legal vigente (15%)



Chilena
91,02%



Colombiana
0,51%



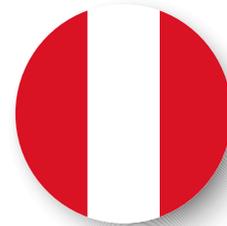
Cubana
0,17%



Haitiana
3,08%



India
0,09%



Peruana
1,20%



Venezolana
3,93%

ANTIGÜEDAD LABORAL

0 a 1,9 años
14%

2 a 5 años
33%

6 a 10 años
27%

11 a 15 años
14%

16 a 20 años
5%

+ 20 años
7%



ENCUESTA PUSLSE

Se invitó a participar a 1.192 colaboradores y la tasa de respuesta fue de un 71%, equivalente a 846 persona, con un margen de error de 1,8%



CONVERSATORIOS

- Participaron 187 colaboradores, que representan al 15% de la dotación
- Se trabajó en formato virtual con el apoyo de 18 facilitadores
- La estructura consideró 4 preguntas abiertas



GREAT PLACE TO WORK

Se invitó a participar a 1.194 colaboradores y la tasa de respuesta fue de un 80,23%, equivalente a 958 personas, con un margen de error de 1,41%



Resultados Estudio de Clima (GPTW 2021)

Resultado Global

Visión área



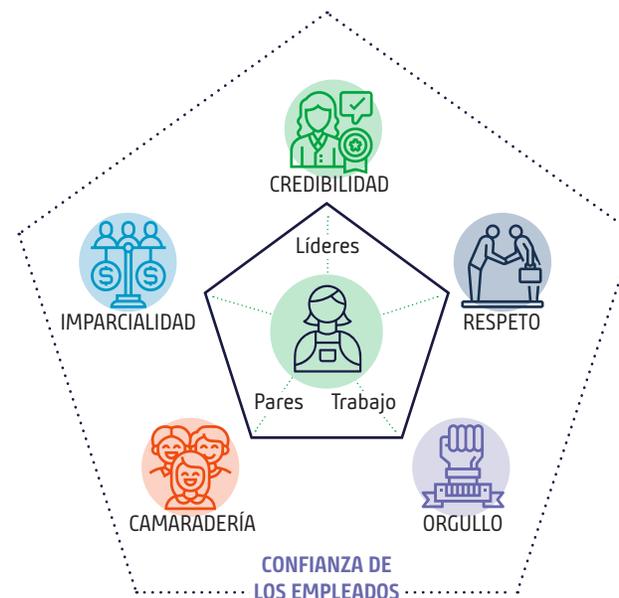
Crecimiento promedio de las empresas del mismo tamaño (fuente GPTW)

+3 PUNTOS AL AÑO

BENCHMARK → 86 ptos.

¿Qué es lo que Medimos?

Perspectiva del Colaborador



Perspectiva del Líder



Productividad y teletrabajo

En 2020 comenzamos a implementar la modalidad de teletrabajo la cual tuvo un impacto positivo tanto en términos de la salud y seguridad de las personas como en la satisfacción de los colaboradores. En 2021 mantuvimos esta modalidad en aquellos cargos que pueden ejercerse de manera remota, lo cual se mantendrá como alternativa una vez finalizada la pandemia.

5.5 Relaciones laborales

[GRI 102-41]

El derecho de asociación laboral y negociación colectiva se enmarca en un proceso de respeto, en donde el diálogo busca generar confianzas bajo una política de puertas abiertas. Durante el periodo reportado, contamos con un contrato colectivo vigente y, conforme a éste, se realizan reuniones trimestrales con la directiva sindical.

5.6 Seguridad y salud laboral (SSO)

[GRI 403-1, 403-2, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8]

Nuestro enfoque

La prevención de riesgos de seguridad y salud es una actividad fundamental en nuestras operaciones, permitiéndonos resguardar la vida e integridad de las personas, y reducir la incidencia social y económica de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

Nuestra gestión de la prevención de riesgos parte desde la Gerencia General, pues dentro de sus responsabilidades se encuentra el resguardo de la seguridad y salud de nuestros colaboradores, contratistas, personal subcontratado y clientes.

La **Política Imperial de medioambiente, seguridad y salud ocupacional** formaliza nuestro compromiso en la generación de espacios seguros en tiendas, oficinas y bodegas, entregando a nuestros colaboradores las herramientas para prevenir, reportar y mitigar situaciones que puedan resultar en riesgos a la salud de las personas, creando ambientes laborales seguros, basados en el compromiso individual y grupal.

La política se apoya en el **Programa de gestión y prevención de riesgos (2021)**, cuyo objetivo es:

- Proteger a los colaboradores de daños accidentales y enfermedades profesionales.
- Proteger efectivamente de daños accidentales a los clientes.
- Minimizar los riesgos en tienda, centro de distribución y plantas de producción.

La meta de este programa es implementar métodos de trabajo que comprometan a todas las áreas Imperial, mejorando de manera continua nuestros procesos productivos.



Nuestra meta en seguridad y salud laboral

Evolución de los indicadores SSO de Imperial

	2017	2018	2019	2020
N° días perdidos	1.836	1.560	1.339	603
N° de accidentes	90	77	81	48

Nuestra meta

	INDICADOR 2020	PROPUESTA 2021
N° días perdidos totales	603	570
N° de accidentes	48	45

Todos nuestros colaboradores tienen la obligación de participar en la inducción en Prevención de riesgos, el cual instruye sobre los beneficios que otorga la Ley N° 16.744 y sobre la Política de Seguridad y Salud de Imperial.

Contamos con 18 Comités Paritarios de Orden, Higiene y Seguridad que cubren al 100% de la dotación. Ellos, junto con nuestros expertos en prevención de riesgo y la Asociación Chilena de Seguridad, se encargan de transmitir buenas prácticas para la prevención de accidentes y comunicación de riesgos.

Para prevenir riesgos, debemos saber identificarlos y comunicarlos a tiempo. Por esto contamos con matrices de riesgo y procedimientos de trabajo específicos para cada puesto de trabajo.

¡Cuidamos de la seguridad y salud de todos!

Nuestros estándares de seguridad y salud laboral cubren a nuestros colaboradores y al personal externo. El Reglamento interno de orden, higiene y seguridad para personal externo establece el marco para identificar, reportar, prevenir y mitigar riesgos a la seguridad y salud de las personas, fijando los deberes y obligaciones de los colaboradores externos. Adicionalmente, exigimos a las empresas contratistas procedimientos de trabajo seguro.

Capacitarnos en prevención de riesgos es un deber de todos. Por esto, la seguridad y salud laboral es un contenido clave en el proceso de inducción de la compañía, lo que reforzamos de manera permanente durante el año.

En 2021 duplicamos la oferta de capacitaciones en esta materia en comparación con el periodo anterior.

Capacitación en Seguridad y salud laboral

2021

Capacitación

Colaboradores capacitados

Formación de ayudante avanzado	81
Sistema Logístico ODBMS	28
Desarrolla habilidades	8
Programa grúa horquilla	49
Responsabilidad civil penal	46
Prevención y protocolo COVID-19	1.253
Recomendaciones psicológicas en teletrabajo	350
Prevención de riesgo en el hogar	70
Seguridad, prevención, ergonomía y teletrabajo	61



Nuestro desempeño

[GRI: 403-3, 403-4]

En 2021 continuamos enfocados en el desarrollo de una cultura de seguridad laboral en todas nuestras dependencias, buscando cumplir con la meta en SSO que nos propusimos. El que no hayamos alcanzado las metas propuestas nos incentiva a seguir desarrollando iniciativas e invirtiendo en la gestión de la seguridad de nuestros colaboradores.

Meta y resultados 2021

	META	RESULTADOS
N° días perdidos totales	570	652
N° de accidentes	45	51

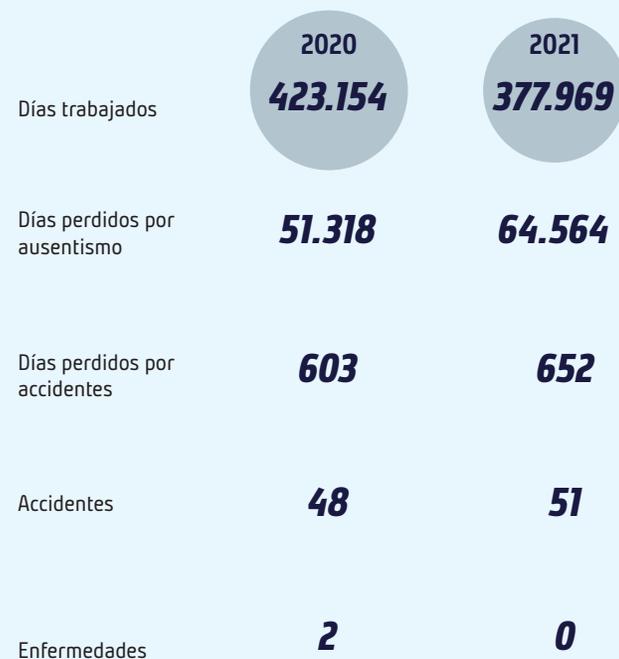
Enfermedades laborales según género



Estadísticas de accidentabilidad según género



Estadísticas de seguridad totales.



Tipos de lesiones del período

Tipo de lesión	2020		2021	
	De alta consecuencia, incluyendo muertes	Totales	De alta consecuencia, incluyendo muertes	Totales
	Nº	Tasa	Nº	Tasa
Fractura	0	0,00%	0	0,00%
Amputación	0	0,00%	0	0,00%
Corte	10	18,80%	10	19,60%
Caídas	91	8,80%	91	7,60%
Torceduras	9	18,80%	3	5,90%
Quemaduras	0	0,00%	0	0,00%
Atrapamiento	7	14,60%	3	5,90%
Golpes	10	20,80%	11	21,60%
Proyección de partículas	36	,30%	91	7,60%
Músculo esquelética	0	0,05%	6	11,80%
Total	48		51	

Seguimos previniendo el contagio del COVID-19

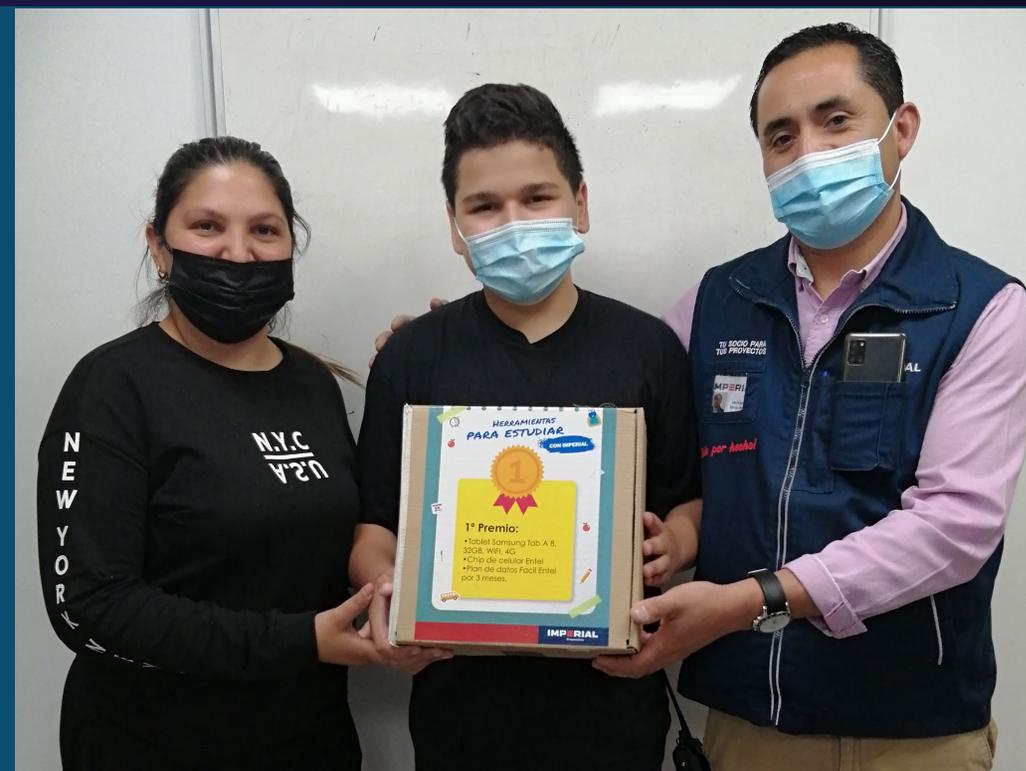
La disponibilidad de las vacunas a nivel nacional no es razón para que bajemos la guardia. Seguimos comprometidos con la prevención del contagio, entregando flexibilidad laboral para aquellas funciones donde el teletrabajo es posible y manteniendo las medidas sanitarias en todas nuestras dependencias.

Diariamente recordamos a nuestros colaboradores la obligatoriedad del cumplimiento del protocolo de seguridad laboral, el uso de mascarillas, distanciamiento físico, control de aforos y todas las otras medidas indicadas por la autoridad sanitaria.



06. VÍNCULO CON EL ENTORNO

El sentido de responsabilidad con el cual ejecutamos nuestra visión empresarial se extiende a nuestro entorno. En Imperial nos hacemos cargo de los impactos socioambientales (potenciales y reales) de nuestra operación desde un enfoque preventivo, buscando agregar valor a nuestros grupos de interés, especialmente a los vecinos de nuestras dependencias.



PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL



DERECHOS HUMANOS

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

MEDIOAMBIENTE

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS



Metas: 1.5, 1.a



Metas: 4.6



Metas: 6.4



Metas: 11.6



Metas: 12.5



Metas: 13.1, 13.2, 13.3

Tema Materiales Corporativos

[GRI: 103-1, 103-2, 103-3]

- Gestión del entorno
- Inversión social
- Cambio climático
- Ecoeficiencia operacional
- Residuos y circularidad
- Logística sostenible

Relevancia

Construir relaciones de confianza no sólo se realiza desde el diálogo, también debemos demostrar de manera concreta que somos un actor que agrega valor a la sociedad mediante una gestión ambientalmente responsable y el desarrollo de actividades que benefician directamente a las comunidades de nuestro entorno, especialmente en un contexto global en donde la preocupación por el cambio climático es un llamado al desarrollo de acciones medibles. Así, hemos identificado los siguientes impactos:

Positivos

1. Reputacional
2. Relaciones armónicas
3. Diálogo permanente
4. Fortalecimiento de marca
5. Reducción de residuos y emisiones
6. Procesos eficientes

Negativos

1. Conflicto social
2. Descontento público
3. Pérdida de confianza
4. Emisiones contaminantes
5. Molestias por desechos y emisiones
6. Multas y amonestaciones

Nuestras herramientas

En este capítulo describimos nuestro enfoque para crear valor en las comunidades de nuestro entorno, los resultados de las necesidades que hemos detectado y la manera en que decidimos aportar desde nuestro negocio. Asimismo damos cuenta de los resultados de las acciones realizadas bajo la Política ambiental y de cambio climático y el Plan de gestión ambiental, los que guían nuestros esfuerzos para aumentar la circularidad, junto con reducir nuestras emisiones, consumos de agua y energía en todas nuestras dependencias. Adicionalmente, en 2021 comenzamos a materializar nuestro compromiso con una logística sostenible, implementando un piloto para la utilización de camiones eléctricos y repensando nuestro sistema de distribución para desarrollar rutas de transporte eficientes que nos permitan reducir nuestra huella de carbono.

Monitoreo

Realizamos seguimiento a nuestras actividades mediante la medición permanente de nuestros consumos de energía, agua, residuos generados y porcentaje de materiales que son reutilizados. Asimismo, el diagnóstico social que realizamos a fines de 2020 nos permitió contar con una línea de base de las necesidades de nuestros vecinos y definir acciones concretas para contribuir desde nuestra expertise: las soluciones constructivas.

6.1 Relacionamiento comunitario

[GRI: 413-1, IMP 11, IMP 28]

Foco estratégico

Desde la Política de sostenibilidad corporativa se desprende nuestro Modelo de gestión de relacionamiento comunitario, el que entrega los lineamientos para diseñar e implementar iniciativas que mitiguen los impactos negativos y potencien los efectos positivos, permitiéndonos construir relaciones de largo plazo con nuestros grupos de interés, que nos permita gestionar adecuadamente estos impactos.

Mediante este modelo realizamos un diagnóstico social para conocer las expectativas sociales, impactos percibidos y oportunidades para realizar un aporte. Con esto definimos e implementamos iniciativas de relacionamiento comunitario, cuyos resultados son evaluados de manera participativa.

Nuestro énfasis está principalmente en conocer y considerar las expectativas de la comunidad realizando reuniones periódicas con sus líderes (presidente de la junta de vecinos, comandante del cuerpo de bomberos de la comunidad donde estamos, directores de colegios, liceos e institutos técnicos).

Fomentamos la empleabilidad local por intermedio de alianza comunitarias, además de privilegiar aquellos alumnos de liceo o colegios técnicos que han hecho la práctica en nuestras instalaciones y promovemos la inversión social participativa realizando actividades alineadas con nuestro negocio, impactando en la calidad de vida de nuestros vecinos.

Programa de relacionamiento comunitario

Objetivos

Establecer relaciones de confianza con los líderes de las organizaciones sociales que están cercano a nuestras instalaciones.

Promover un proceso de relacionamiento comunitario de forma sistemática.

Fomentar la empleabilidad local a través de organismos municipales y organizaciones sociales.

Promover alianzas con organizaciones sociales para mejorar la calidad de vida de las personas en las comunidades donde estamos presentes.

¿A quienes beneficia?

Entendemos por comunidad local a los grupos de personas que habitan en la comuna donde están nuestras tiendas y/o centros de distribución, y se relacionará con ellos a través de las siguientes instituciones:



LICEOS TÉCNICOS



JUNTA DE VECINOS



CUERPO DE BOMBEROS

Diagnóstico comunitario en nuestras tiendas

En 2021 analizamos el trabajo realizado con los vecinos de 11 de nuestras tiendas, indagando en la percepción que tienen los colaboradores involucrados sobre las actividades sociales realizadas. Con este ejercicio, buscamos conocer el grado de conocimiento interno de nuestra política y las solicitudes más recurrentes recibidas desde nuestros vecinos, lo cual nos permitió implementar medidas para socializar nuestra política y procedimiento para el relacionamiento comunitario.

Para conocer la percepción de nuestros vecinos les consultamos sobre los mecanismos de comunicación, tipo de relación que tienen con Imperial y expectativas sobre el rol de la tienda en su comunidad. Su visión nos sirvió para contextualizar la información recibida de parte de los colaboradores que consultamos, permitiéndonos identificar alternativas para potenciar el vínculo con las comunidades de nuestro entorno.

Tiendas que participaron del estudio



La Serena



Viña del Mar



Huechuraba



Mapocho



Santa Rosa



Vespucio



Rancagua



Talca



Concepción



Temuco



Puerto Montt



Fomento a la prevención de los contagios por COVID-19

Al igual que en 2020 seguimos trabajando para fomentar prácticas para el cuidado e higiene de las personas ante la crisis sanitaria, a través de la difusión de medidas de autocuidado y la entrega de kits sanitarios (alcohol gel y mascarillas) a las comunidades vecinas.

Nuevas Iniciativas

A partir del diagnóstico realizado, en 2021 implementamos dos nuevas iniciativas:



Construye tu idea

Programa en el cual organizaciones sociales postulan a un fondo de \$1.000.000 en materiales de construcción para la mejora de espacios comunitarios, como juntas de vecinos y clubes sociales, sedes deportivas, espacios públicos, entre otros. La primera versión de este programa premió a vecinos de la Región Metropolitana, de Valparaíso, del Biobío y de la Araucanía.



En este periodo, siete organizaciones fueron beneficiadas.

Tienda	Organización	Proyecto	Monto solicitado
CD La Martina	10 Compañía de Bomberos de Pudahuel	Mantener operativa la maquina mayor, eléctrico y cambio de balizas a carro B10.	\$906.461
Mapocho	Kinta Expresión	Mejoramiento del espacio de reunión comunitario, para la organización que lleva 8 años desarrollando talleres a la comunidad.	\$1.000.314
Maipú	Escuela Vicente Reyes Palazuelos	Mejoramiento estético de infraestructura comunitaria y hermoseamiento de muros del establecimiento educacional.	\$685.970
Santa Rosa	Comité ambiental Los Girasoles Alegres	Transformar dos microbasurales en dos plazas. Diseño de áreas verdes, fabricación de jardineras, reparación de escaños, pintura de rejas, plantación de árboles y plantas.	\$999.881
Viña del Mar	Club deportivo Glorias Navales	Mejoramiento de los baños de hombres y mujeres, así como la remodelación de la cocina.	\$1.000.000
Temuco	Junta de Vecinos Tucapel	Construcción de ampliación para sala de computación en la sede vecinal	\$920.412

Al cierre del proceso, consultamos a los vecinos y colaboradores participantes sobre su experiencia, lo que nos permitió evaluar la efectividad del programa y detectar mejoras que introduciremos en la nueva versión 2022.

Herramientas para estudiar

Quisimos aportar con herramientas de estudio a los niñas y niños que estén cursando entre 1º y 6º básico que viven en las comunas que fueron parte del concurso. El objetivo de este programa fue entregar herramientas tecnológicas a estudiantes de escuelas públicas que las necesitaban para llevar a cabo sus clases online producto de la pandemia del COVID-19, por tanto fue una actividad puntual y no se repetirá en 2022. Participaron 13 nuestras tiendas, beneficiando a 39 niños y niñas, teniendo un costo cercano a los \$6 millones de pesos.

Premios



Premio 1

Tablet Samsung Galaxy Tab A 32GB 4G + Chip con internet por 3 meses.



Premio 2

Tablet Lenovo M8 HD wifi.



Premio 3

Escritorio de melamina con lámpara con ampolleta led.



6.2 Gestión ecoeficiente

De manera proactiva trabajamos para identificar, prevenir y mitigar nuestros impactos ambientales, promoviendo la circularidad, la reducción de nuestras emisiones y el uso eficiente de los recursos naturales. Como parte de Sodimac S.A. nos hemos alineado a su compromiso con la carbono-neutralidad al 2030 lo que nos ha llevado a repensar nuestra gestión logística, definiendo rutas de despacho más eficientes e introduciendo el uso de camiones eléctricos.

Política ambiental y de cambio climático

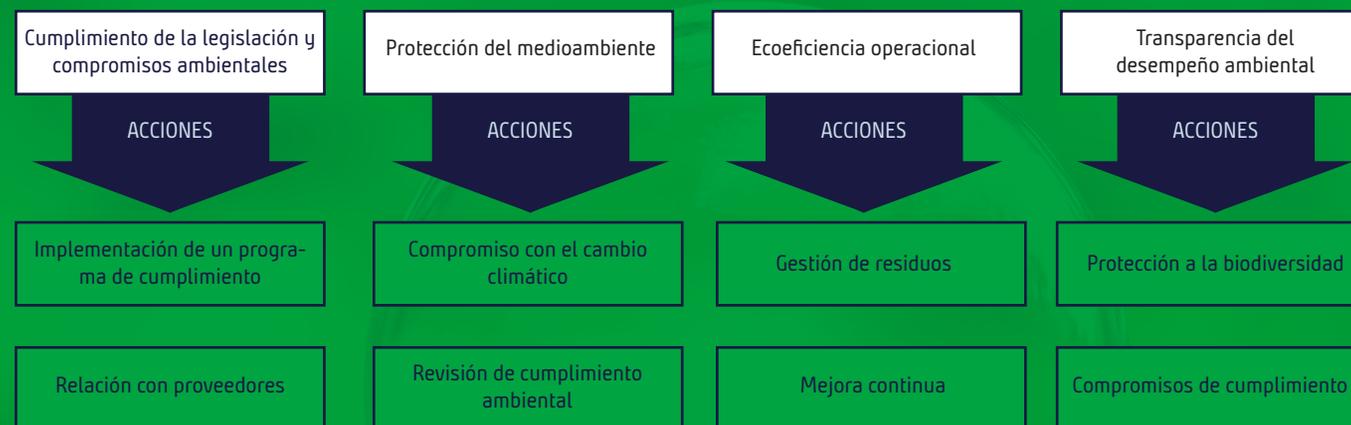
En agosto de 2020 nuestro directorio aprobó la **Política ambiental y de cambio climático**, la cual enmarca las iniciativas desarrolladas en materia de cumplimiento de la normativa ambiental y los compromisos voluntarios que hemos para reducir los impactos de nuestra operación y nuestra huella de carbono.

El área responsable de la ejecución de este documento es la Subgerencia de procesos y RSE, y es revisada por el Comité Ejecutivo y aprobado por nuestro directorio.

Los objetivos de la política son:

- i) Exigir y promover el cumplimiento de la Normativa Ambiental.
- ii) Detectar y medir los Impactos Ambientales de su actividad, para mitigar o reducir los adversos y potenciar los positivos.
- iii) Promover un uso eficiente de los recursos naturales, energéticos e hídricos que emplea.
- iv) Promover criterios de economía circular en la generación, la reducción, reutilización y reciclaje de sus residuos.

Principios de la Política ambiental y de cambio climático



Programa de cumplimiento ambiental Imperial

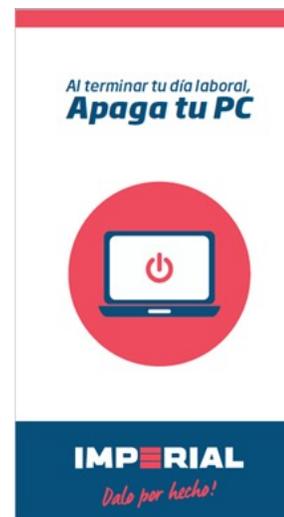
El programa nos ayuda a incorporar los elementos normativos y compromisos voluntarios a los que respondemos, mediante un protocolo de fiscalización, un instructivo para la obtención y gestión de permisos, un protocolo para el reporte de información ambiental y un protocolo para la gestión de la Ley REP.

El cumplimiento de estos lineamientos es incorporado en nuestra matriz de riesgos, desde la cual hemos diseñado puntos de control que nos ayudan a asegurar que podamos dar cumplimiento a nuestra Política ambiental y de cambio climático los cuales son socializados con todos nuestros colaboradores.

Los puntos de control son los siguientes:

- Reportes a la Gerencia de Cumplimiento y a la Alta Dirección
- Registro de denuncias y sanciones
- Auditoría al Programa de Cumplimiento
- Monitoreo del Programa
- Actualización del Programa
- Casilla de Consultas

En cada dependencia, hemos implementado un Plan de gestión ambiental, el cual nos permite planificar, implementar, monitorear, y difundir los mecanismos por los cuales reducimos nuestros impactos, especialmente el volumen de residuos generados. Cada gerente de tienda, gerente de planta y jefes de bodega, de ventas y de logística es responsable de velar por la correcta implementación de los planes de gestión en su lugar de trabajo.



Nuestra inversión

En 2021 realizamos inversiones ambientales por \$183 millones de pesos, los cuales se destinaron principalmente en cambio en sistemas de iluminación, renovación de sistema de aspiración de polvo y sistema de insonorización.

Las mejoras realizadas nos permiten mitigar potenciales impactos y aumentar la eficiencia de nuestros procesos.



Sistema de iluminación LED en tiendas y bodegas



Sistema de aspiración de polvo



Sistema de insonorización

Gestión energética

[GRI: 302-1, 302-4]

A través de nuestro Plan de manejo de residuos y emisiones hemos desarrollado programas para medir nuestro consumo y determinar las emisiones directas e indirectas de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Esto nos permitirá evaluar el desempeño de las iniciativas que hemos diseñado para transitar hacia una gestión carbono – neutral y con ello ser un aporte a la lucha contra el cambio climático.

Plan de ahorro energético

En 2021 continuamos utilizando luminarias LED en todas nuestras dependencias. Este tipo de luminaria tiene una vida útil de 15 mil horas, versus las 750 horas que ofrecen las ampolletas tradicionales incandescentes. La tecnología LED nos permite alcanzar un ahorro energético superior, no contienen elementos tóxicos y distribuyen la luz de forma eficiente.

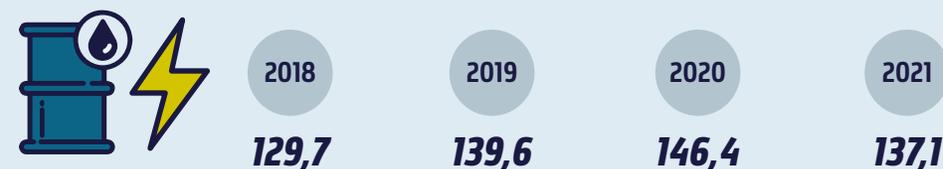
La energía que utilizamos en todas nuestras dependencias proviene del suministro eléctrico y de combustibles fósiles, los que utilizamos en nuestras maquinarias y calderas. Gracias a nuestras iniciativas para el uso responsable de este recurso en 2021 logramos reducir ambos indicadores: el consumo de electricidad se redujo en un 1,6% y la intensidad energética combinada (electricidad y diésel) se redujo en un 6,3%



Eficiencia Energética – Consumo directo de energía (en kW/h)



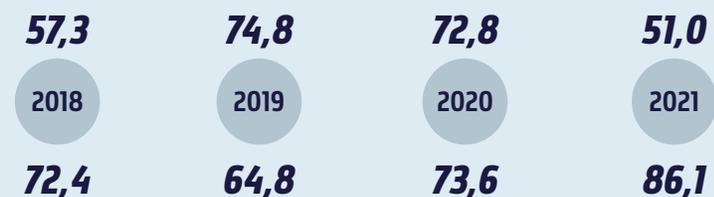
Intensidad energética combinada de combustible y electricidad



Intensidad energética de combustible y electricidad

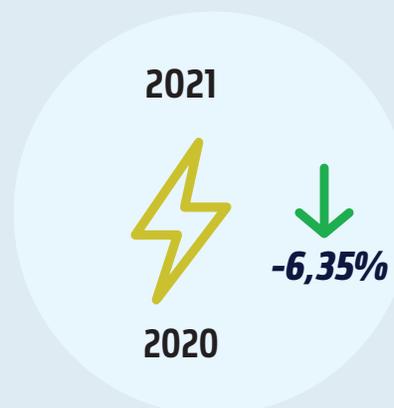


Combustible total /
Total superficie de ventas



Electricidad total /
Total superficie de ventas

Intensidad energética combinada



Consumo responsable del agua

[GRI: 303-5]

Nuestro consumo de agua se limita a las actividades de limpieza industrial y consumo humano, proveniente de la red de agua potable local. Dado el contexto hídrico del país, nos hemos comprometido a utilizar este recurso de manera responsable, y de manera sostenida hemos reducido su consumo. En un 3,94% con respecto al periodo anterior.

Medidas tomadas para la reducción del consumo de agua

- Ajustar la presión del agua para ofrecer los niveles de presión necesarios para una utilización eficiente sin sobrepasar el consumo con una presión demasiado alta.
- Reparar cualquier fuga, filtración o evaporación.
- Optar por aguas no potables para el uso industrial.
- Contar con sensores en los grifos y cisternas que eviten pérdidas por descuidos.
- Optimizar el uso de aparatos de refrigeración y calefacción.

Consumo de Agua - En m3



Nuestra presencia es a nivel nacional y estamos conscientes que muchas de las zonas en donde operamos han sido declaradas como zonas de estrés hídrico por el Ministerio de Obras Públicas. Esto significa que son regiones en donde la disponibilidad del agua es baja y todos debemos hacer un uso consciente de ella.

En 2021 nuestro consumo de agua en zonas de estrés hídrico ascendió a 43.978 m³, siendo un 1,9% menos a lo reportado en 2020. Por otro lado, en las zonas sin estrés hídrico consumimos 7.439 m³ de agua, logrando una reducción del 14,6%.

Evolución del consumo en zonas con estrés hídrico

Zona	Tienda o instalaciones	2020	2021
		Consumo total en m ³	
Región de Coquimbo	La Serena	2.112	1.538
Región de Valparaíso	Valparaíso	406	530
	Reñaca	5.231	972
Región Metropolitana	Centro de Distribución	4.896	6.786
	Planta RTA	2.777	3.499
	Huachuraba	1.983	986
	Maipú	4.670	6.187
	Mapocho	9.230	6.146
	San Bernardo	547	424
	Santa Rosa	7.815	9.887
	Vespucio	1.132	2.925
	Administración Central	1.827	1.574
Región de O'Higgins	Rancagua	1.084	976
Región del Maule	Talca	1.106	1.548
Total		44.816	43.978

Evolución del consumo en zonas sin estrés hídrico

Zona	Tienda o instalaciones	Consumo total en m ³	
		2020	2021
Región de Bío Bío	Concepción	5.043	5.248
	Hualpén	732	Tienda cerrada
Región de la Araucanía	Temuco	2.020	864
Región de los Lagos	Puerto Montt ⁹	16	1.327
Total		8.711	7.439

Gestión de residuos y circularidad

[GRI: 306-3, 306-4, 306-5]

Nos hemos comprometido a desarrollar acciones para reducir el volumen de los residuos generados en nuestras instalaciones, identificando el tratamiento a utilizar para su valoración y así cumplir con nuestro compromiso con la circularidad.

Nuestro Modelo de gestión de residuos nos instruye para desarrollar acciones concretas que nos permitan reducir de manera progresiva nuestros residuos, asegurar su debida disposición y aumentar el volumen de material reciclable.

Los responsables de la correcta implementación y monitoreo del modelo de gestión de residuos son la Gerencia comercial, de operaciones, logística, administración y finanzas, junto con la Subgerencia de personas.

El volumen de los tableros y melaninas que vendemos convierten al aserrín en la principal fuente de residuos que generamos. Conscientes de su potencial impacto en la salud y comodidad de nuestros trabajadores, clientes y comunidad colindante, todas las máquinas de corte están equipadas con un sistema de aspiración centralizada. Gracias a la alianza con la empresa especializada GESMA el aserrín recuperado es convertido en biomasa, lo que previene y mitiga sus impactos.

En 2021, convertimos 573 toneladas de aserrín en biomasa.

Residuos no peligrosos generados por año

Peso de los residuos en toneladas.

	2018	2019	2020	2021	VARIACIÓN	
					2020	2021
Basura y despunte de madera	5.838	6.114	4.524	4.885	-3%	
Cartón	1,5	15,1	1,32	31	99%	
Aserrín	577,5	549,4	498	573	13%	
Total	6.417	6.679	5.023	5.489	9%	

Debido al aumento de nuestras ventas en 2021, el volumen de residuos no peligrosos aumentó en un 9%, donde sobresale la generación de cartón, con un aumento del 99%, del cual reciclamos 31 toneladas. A este material le sigue el aserrín, cuya generación que aumentó en un 13%. Por otro lado, logramos reducir en un 3% la basura y despunte de manera.

Los residuos no peligrosos generados corresponden a papel, cartón, madera y film plástico, los cuales son retirados y reutilizados por empresas especializadas.



Empresa que maneja los residuos no peligrosos

Sorepa

Material Reciclado

Papel y cartón



Recupac

Madera

Ecoser Volta

Plástico film



Valorización de residuos

Toneladas de cartón reciclado



2020 | 2021
1 | 31

Toneladas de aserrín convertido en biomasa



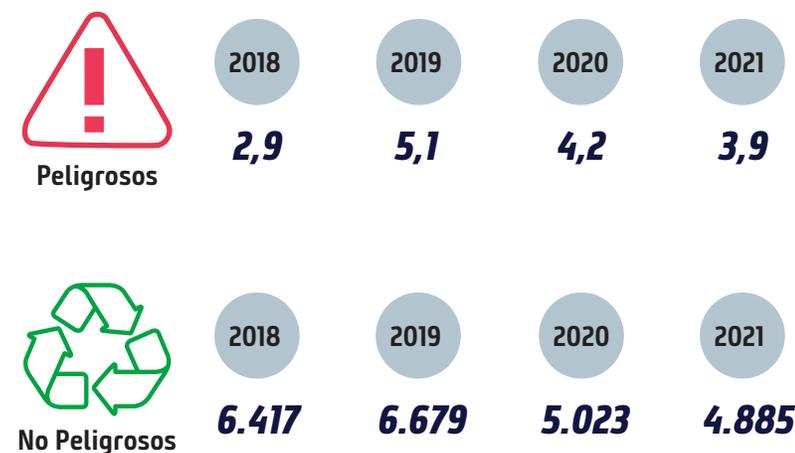
2020 | 2021
498 | 573

En 2021 avanzamos en la eficiencia de procesos retirando y vendiendo como chatarra maquinaria en desuso y renovando las máquinas dimensionadoras, enchapadoras y sistemas de aspiración, lo que nos permitió hacer un mejor uso de nuestros espacios y mejorar nuestra productividad.

Categoría	Valores
M ² recuperados	727
N° de máquinas retiradas	31
N° de retiros de chatarra	23
Toneladas totales	139,79
Valor de la recuperación	CLP\$ 9.898.540

Los residuos peligrosos generados corresponden a pinturas y solventes, textiles contaminados, toners, tubos fluorescentes y aceites, lubricantes y desengrasantes, cuya generación en 2021 fue reducida en un 7,14%.

Evolución de generación de residuos según tipo



Logística sostenible

Hemos trabajado en la incorporación de criterios ambientales en nuestra gestión logística. En materia de reciclaje en 2021 nos enfocamos en el desarrollo de cuatro actividades:



REACTIVAR CONVENIO CON SOREPA PARA RECICLAJE DE CARTÓN Y PAPEL.



TRABAJAR CON LOS PROVEEDORES PARA RECICLAR METAL, PLÁSTICO Y MADERAS.



CAPACITAR A LOS COLABORADORES Y HABILITAR CONTENEDORES PARA EL RECICLADO DE PAPEL AL INTERIOR DE BODEGAS.



REVISAR CON ÁREA COMERCIAL POLÍTICA DE EMBALAJE DE PROVEEDORES.



MANTENER TRANSPORTE EN FERROCARRIL DESDE PUERTO SAN ANTONIO A RENCA.



ACTUALIZAR POLÍTICAS DE TRANSPORTE CON NORMAS DE SOSTENIBILIDAD.



EVALUAR LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PILOTO CON CAMIONES ELÉCTRICOS O A GAS (ELECTROMOVILIDAD).



PRIORIZAR A TRANSPORTISTAS CON CAMIONES CERTIFICADOS DE MENOR CONTAMINACIÓN.

En este periodo, repensamos la gestión de transporte para incorporar criterios de sostenibilidad. A partir de un análisis de nuestros procesos nos propusimos las siguientes actividades:

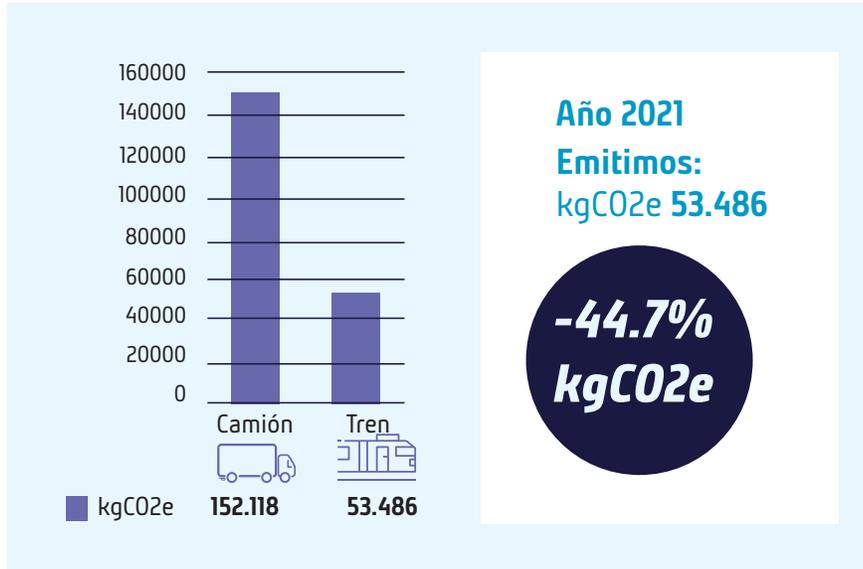
Flujo de transporte San Antonio - Renca

[GRI: 305-1, 305-4, 305-5]

Con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono, en 2021 re- pensamos la movilización de contenedores desde el puerto de San Antonio a nuestras bodegas y centros de distribución. Movilizar nuestra carga vía tren es una gran alternativa en términos de au- mentar la ecoeficiencia de nuestros procesos y cumplir nuestros compromisos en materia de sostenibilidad.

Movilizar nuestra carga vía tren no sólo evita las caídas a piso de nuestras importaciones, sino que además optimiza la coordinación del transporte entre San Antonio y Santiago ya que una carga de tren equivale a 35 camiones, lo que equivale a la reducción de un 58% de nuestras emisiones de CO2. Adicionalmente ofrece mayor seguridad tanto para las personas como para la carga ya que no hay paradas en ruta y se utiliza una vía exclusiva, y nos permite anticipar el movimiento de carga, lo cual impacta positivamente en el tránsito vehicular hacia y desde el puerto.

Huella de carbono San Antonio - Santiago



1- Retiro de contene- dor desde stacking de puerto.



TERMINAL PORTUARIO

2- Porteo de contenedor a depósito de tren en San Antonio.



DEPÓSITO EN SAN ANTONIO

3- transporte de tren desde San Antonio a depósito SAAM Santiago.



DEPÓSITO EN SCL

4- Recepción de unidad en Santiago.



RECEPCIÓN EN BODEGA

Electromovilidad

En conjunto con el área de transportes de Sodimac estamos desarrollando un piloto de electromovilidad para implementar el uso de transporte eléctrico con foco inicial en nuestros clientes del canal e-commerce en Región Metropolitana.

La electromovilidad es uso de sistemas que utilizan energía eléctrica aplicados a distintos medios de transporte, utiliza como fuente energética la electricidad y por tanto no se producen emisiones directas de CO2 contribuyendo así a combatir el cambio climático.

Sabemos que el sector logístico puede beneficiarse con la introducción de iniciativas de movilidad sustentable, dado su intensidad de uso y el impacto positivo que tiene en áreas urbanas. Actualmente, la electromovilidad hoy no permite hacer trayectos largos, pero en despachos de distribución en ciudades, a partir de un centro de distribución, la electro-movilidad puede ayudar a hacer el tramo de la última milla con equipos de menor capacidad.

Bajo el pilar de sostenibilidad de nuestra estrategia, la Gerencia de logística desarrolló en 2021 un proyecto piloto para implementar la electromovilidad en los despachos a clientes de Región Metropolitana y categorías portables. Así, con la asesoría de Sodimac se llamó a licitación a empresas que cuenten con el equipo Maxus EV30 100% eléctrico. El piloto se implementó en noviembre 2021 y estuvo a cargo de la Gerencia de logística y de la Subgerencia de transporte, quienes deberán evaluar el proyecto en el primer semestre 2022.



07. Acerca de este Reporte

[GRI: 102-45, 102-46, 102-47, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54]

El Reporte de Sostenibilidad Imperial 2021 corresponde al 8vo informe anual presentado a nuestros grupos de interés, documento en el que transparentamos nuestro desempeño económico, ambiental y social en el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre 2021, y que abarca todas nuestras operaciones en el país: tiendas, bodegas, oficinas y centro de distribución.

Este reporte ha seguido la metodología internacional para la elaboración de informes de sostenibilidad propuesto por la Iniciativa Global de Reporte (GRI, por sus siglas en inglés), siguiendo los lineamientos para definir la materialidad del reporte, y dando conformidad a la opción esencial para definir los indicadores utilizados.

Proceso de Materialidad

Nuestro proceso de materialidad es un ejercicio corporativo. Al ser parte de Sodimac S.A., compartimos los mismos temas materiales. Entendiendo las diferencias que tenemos con Sodimac en términos de tamaño e historia y buscando elaborar un reporte que refleje tanto nuestro alineamiento corporativo como el sello de nuestra gestión, examinamos la materialidad corporativa logrando identificar la manera en que abordamos cada uno de los temas materiales.

En una serie de entrevistas, los ejecutivos de Imperial fueron consultados por la manera en que cada tema material corporativo fue abordado en su área de gestión. Los contenidos tratados en las entrevistas fueron complementados y contrastados con documentación interna, artículos de prensa y el contexto regulatorio y sanitario nacional.

Este ejercicio nos permitió definir su contenido y alcance para posteriormente priorizarlos.

Listado de temas materiales

Ámbito	Temas Materiales
Gobierno Corporativo 	Ética y anticorrupción Derechos Humanos
Clientes 	Experiencia de cliente Salud y seguridad de productos Economía circular y consumo responsable Innovación y desarrollo Ética publicitaria Transformación digital Protección de datos y ciberseguridad
Trabajadores 	Empleo y clima Cultura Diversidad e inclusión Formación y desarrollo Diálogo social Salud y seguridad
Proveedores 	Gestión sostenible de proveedores Satisfacción del proveedor Emprendimiento local y sostenible
Comunidad 	Inversión social Gestión del entorno
Medioambiente	Cambio climático

Pacto Global: Comunicación de Progreso

Nuestro reporte de sostenibilidad es el medio de comunicación mediante el cual damos respuesta a la Comunicación de Progreso (COP) ante el Pacto Global de Naciones Unidas. En cada capítulo de nuestro reporte se encuentran abordados los 10 principios que promueve esta organización, los que buscan que las empresas fortalezcan su desempeño en materia de derechos humanos, cumplimiento de la normativa laboral, protección del medioambiente y la lucha contra la corrupción. En cada capítulo, se encuentra señalado con viñetas la manera en que respondemos a estos principios.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Nuestra gestión 2021 aborda 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por Naciones Unidas. En cada uno de ellos, hemos buscado contribuir desde nuestro negocio a fomentar la producción y consumo responsable, identificando alternativas para prevenir y mitigar impactos socioambientales, cuidando y promoviendo el desarrollo de nuestros trabajadores, y brindando a nuestros clientes una experiencia de compra satisfactoria a precios competitivos.

En cada capítulo, se encuentra señalado con viñetas la manera en que respondemos a estos principios.

Tabla de Indicadores GRI

[GRI: 102-55]

Estándar GRI	Contenido	Descripción	Página
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1	Nombre de la organización	7
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	7
	102-3	Ubicación de la sede	7
	102-4	Ubicación de las operaciones	7
	102-5	Propiedad y forma jurídica	7
	102-6	Mercados servidos	7
	102-7	Tamaño de la organización	8
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	65
	102-9	Cadena de suministro	40
	102-10	Cambios significativos en la organización y en su cadena de suministro	41
	102-12	Iniciativas externas	34
	102-13	Afiliación a asociaciones	34
	102-14	Declaraciones de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	14
	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	18
	102-17	Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas	19
	102-18	Estructura de gobernanza	14
	102-19	Delegación de autoridad	14
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	14
	102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	14
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	14
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	14
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	14
	102-25	Conflicto de intereses	19
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	14
	102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	14
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	14
	102-31	Revisión de temas económicos, ambientales y sociales	14
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	14
	102-35	Políticas de remuneración	
	102-40	Lista de grupos de interés	32

Estándar GRI	Contenido	Descripción	Página
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	83
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	32
	102-43	Enfoque para la participación y selección de grupos de interés	32
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	101
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	101
	102-47	Lista de temas materiales	101
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	101
	102-50	Período objeto del informe	101
	102-51	Fecha del último informe	101
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	101
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	10
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	101
	102-55	Índice de contenido GRI	103
	102-56	Verificación externa	
GRI 202: Presencia en el mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	79
GRI 205: Anticorrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	19
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti-corrupción	19
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	19
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	70
	412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	70
GRI 415: Política pública	415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	N/A

Rentabilidad Sostenible

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	36
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	36
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	36
GRI 201: Desempeño económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	37

Bienestar Laboral			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	64
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	64
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	65
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o tempora	77
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	70
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	14
	IMP 19	Instrumento de medición y gestión laboral	76
	IMP 35	Remuneraciones e incentivos	76

Salud y Seguridad Ocupacional			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	64
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	64
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	83
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	83
	403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	85
	403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	85
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	83
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	83
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	83
	403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	83

Formación y desarrollo de carrera			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	64
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	64
GRI 404: Formación y enseñanza	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	71
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	71
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	71
	IMP-47	Políticas de gestión de personas y empleo local	65

Excelencia en el servicio			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	50
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	50
	IMP-5	Cambios en tiendas 2021	52
	IMP-20	Tipos de clientes Imperial	52

Medioambiente – Emisiones			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	88
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	88
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	88
GRI 305:	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	100
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	100
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	100

Eficiencia energética			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	88
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	88
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	88
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	94
	302-4	Reducción del consumo energético Introducción	94

Uso responsable del agua			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	88
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	88
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	88
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5	Consumo de agua	96

Calidad y sostenibilidad de productos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	50
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	50
GRI 417: Marketing y etiquetado	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	61
	IMP-23	Indicadores de calidad de servicio	59
	IMP-24	Ciclo de vida de los productos	60
	IMP-40	Porcentaje de venta de productos sostenibles	62

Gobernanza para la relación comunitaria			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	88
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	88
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	88
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	89
	IMP-11	Iniciativas con la comunidad realizadas en 2021	89
	IMP-28	Estrategia de relación comunitaria	89

Satisfacción de Clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	50
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	50
	IMP-6	Resultados de jornadas de venta en línea	58
	IMP-9	Tasa de reclamos	59
	IMP-10	Iniciativas para la reducción de reclamos	59
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	60
GRI 417: Marketing y etiquetado	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	60

	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	61
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	61

Apoyo a clientes especialistas			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	50
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	50
	IMP-25	Talleres a especialistas	53
	IMP-26	Participantes en talleres e iniciativas de capacitación	53

Gestión de residuos y fomento de la circularidad			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	88
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	88
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	88
GRI 301: Materiales	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	
	301-2	Insumos reciclados	
GRI 306: Residuos 2018	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	98
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	98
	306-3	Residuos generados	97
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	97
	306-5	Residuos destinados a eliminación	97

Desarrollo de proveedores			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	36
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	36
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	36
GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	39
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1	Nuevos proveedores que han pasado por filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	43

IMPERIAL
El Especialista en precios mayoristas

IMPERIAL

El especialista
para especialistas

MADERA
CERTIFICADA