

# ***Reporte de Sostenibilidad***

2022



# Índice

## 01. Somos Imperial 3

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 1.1 Carta del Gerente General | 4  |
| 1.2 Sobre nosotros            | 6  |
| 1.3 Nuestra trayectoria       | 7  |
| 1.4 Hitos 2022                | 9  |
| 1.5 Principales cifras        | 12 |
| 1.6 Misión, visión y valores  | 13 |
| 1.7 Enfoque de sostenibilidad | 14 |

## 02. Nuestro Negocio 18

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 2.1 Nuestras tiendas                          | 19 |
| 2.2 Ofertas de productos y servicios          | 21 |
| 2.3 Línea de productos sostenibles            | 23 |
| 2.4 Seguridad y calidad de nuestros productos | 26 |
| 2.5 Generación de valor económico             | 30 |
| 2.6 Innovación y desarrollo                   | 33 |
| 2.7 Transformación digital                    | 35 |

## 03. Liderazgo y gobierno corporativo 37

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Marco de gobernanza                              | 38 |
| 3.2 Directorio                                       | 39 |
| 3.3 Comités de directorio                            | 42 |
| 3.4 Principales ejecutivos y administración          | 46 |
| 3.5 Ética, transparencia e integridad corporativa    | 47 |
| 3.6 Derechos humanos y procesos de debida diligencia | 56 |
| 3.7 Gestión de riesgo                                | 59 |

## 04. Equipo Imperial 62

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Perfil de los colaboradores                       | 63 |
| 4.2 Prácticas laborales                               | 67 |
| 4.3 Tema material: Empleo, clima laboral y beneficios | 68 |
| 4.4 Construyamos Tu Idea: Edición Colaboradores       | 76 |
| 4.5 Tema material: Formación y desarrollo laboral     | 77 |
| 4.6 Tema material: Salud y seguridad                  | 81 |
| 4.7 Diversidad e inclusión laboral                    | 86 |
| 4.8 Diálogo social                                    | 88 |

## 05. Compromiso con nuestros clientes 89

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| 5.1 Modelo de Gestión de Clientes        | 90  |
| 5.2 Nuestros clientes                    | 92  |
| 5.3 Clientes especialistas               | 93  |
| 5.4 Experiencia cliente                  | 95  |
| 5.5 Mejora en los mecanismos de cobranza | 97  |
| 5.6 Digitalización de la atención        | 98  |
| 5.7 Protección de datos y ciberseguridad | 101 |

## 06. Gestión de proveedores 103

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| 6.1 Perfil de Proveedores                            | 104 |
| 6.2 Clasificación de proveedores                     | 106 |
| 6.3 Modelo de gestión de proveedores                 | 107 |
| 6.4 Tema Material: Gestión sostenible de proveedores | 111 |
| 6.5 Satisfacción de proveedores                      | 112 |
| 6.6 Cadena de suministro                             | 115 |

## 07. Relacionamiento comunitario 117

|                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| 7.1 Gestión con el entorno                                      | 118 |
| 7.2 Mapeo de Grupos de Interés                                  | 119 |
| 7.3 Política de relacionamiento comunitario y grupos de interés | 122 |
| 7.4 Modelo de Gestión de Relacionamiento Comunitario            | 124 |
| 7.5 Inversión social                                            | 127 |
| 7.6 Construyamos Tu Idea – Edición Comunidades                  | 128 |

## 08. Compromiso ambiental 133

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 8.1 Política de gestión ambiental | 134 |
| 8.2 Logística sostenible          | 136 |
| 8.3 Ecoeficiencia operacional     | 138 |
| 8.4 Cambio climático              | 139 |
| 8.5 Gestión de la energía         | 142 |
| 8.6 Consumo responsable del agua  | 144 |
| 8.7 Residuos y circularidad       | 146 |

## 09. Acerca de este reporte 149

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| 9.1 Cómo se elaboró este reporte                             | 150 |
| 9.2 Proceso de materialidad                                  | 151 |
| 9.3 Temas materiales ordenados según ámbito                  | 152 |
| 9.4 Pacto Global y Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) | 153 |
| 9.5 Índice de contenidos GRI                                 | 154 |

# 01

CAPÍTULO

# Somos Imperial

1.1 Carta del Gerente General

1.2 Sobre nosotros

1.3 Nuestra trayectoria

1.4 Hitos 2022

1.5 Principales cifras

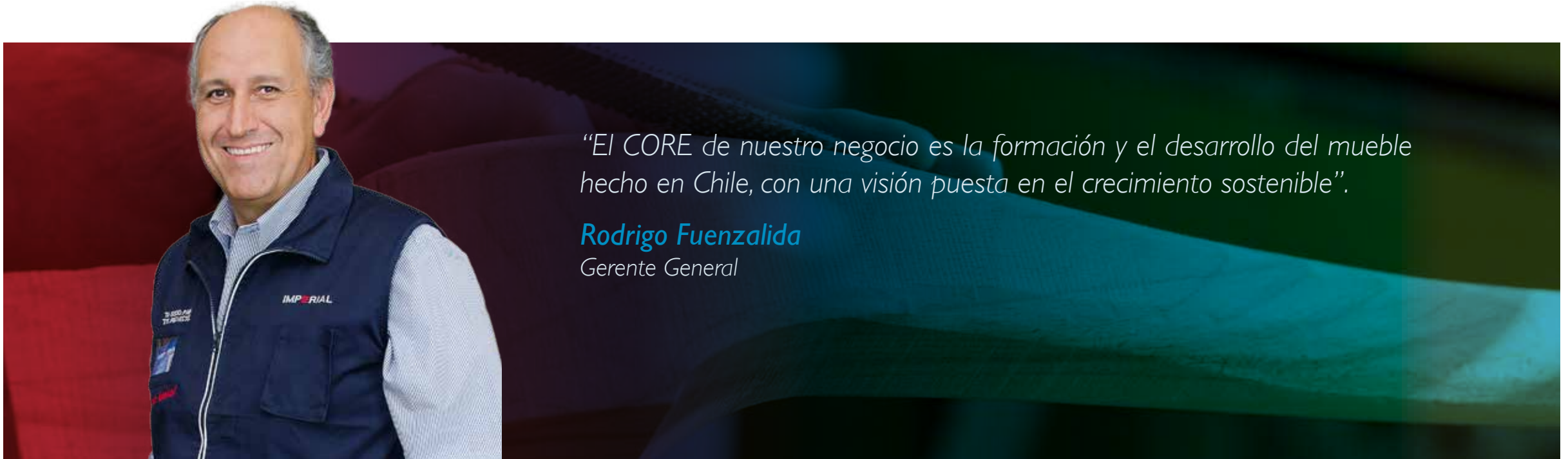
1.6 Misión, visión y valores

1.7 Enfoque de sostenibilidad



# 1.1 Carta del Gerente General

GRI: 2-22



*“El CORE de nuestro negocio es la formación y el desarrollo del mueble hecho en Chile, con una visión puesta en el crecimiento sostenible”.*

**Rodrigo Fuenzalida**  
Gerente General

Tengo el agrado de compartir con ustedes la novena versión del Reporte de Sostenibilidad de Imperial 2022, que da cuenta de los resultados de nuestra empresa, demostrando el compromiso que tenemos con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, comunidad y con el medio ambiente.

Este reporte, que hoy ponemos a su disposición, es una herramienta valiosa que refleja el trabajo que hemos realizado en la gestión de impactos, así como también ofrece una visión actualizada de nuestras actividades y relación con nuestros grupos de interés claves. Todo ello con el enfoque puesto en el desarrollo sostenible y en nuestro compromiso económico, social y ambiental con la sociedad y el planeta que habitamos.

Sin duda, el Reporte de Sostenibilidad 2022 es una muestra tangible de nuestra labor constante para ser una empresa responsable. En este sentido, estamos

orgullosos de las metas alcanzadas, así como también de los desafíos que aún nos quedan por enfrentar en el camino hacia la sostenibilidad.

Tras un 2021 marcado por la pandemia por Covid-19, 2022 fue un año de mayor esperanza, movilidad y apertura. Basándonos en la planificación estratégica, la compañía avanzó conforme a lo esperado, con foco en el crecimiento, la rentabilidad, la digitalización y la sostenibilidad. Los resultados obtenidos, gracias a la eficiencia de nuestra administración, permitieron responder con solidez al mercado y accionistas, asegurando la continuidad operacional a largo plazo.

Adoptar la sostenibilidad como un pilar fundamental dentro la compañía fue un gran paso, con equipos que se encuentran cada vez más concientizados y con una visión común a futuro. Imperial comprende el valor que da la sostenibilidad a la marca, proyectándose a 40 años más, para que las próximas generaciones

adopten esta bandera y sigan construyendo una empresa que sea el formador del desarrollo del mueble hecho en Chile.

En esta línea, también se trabajaron mensajes a clientes para que escogieran productos sostenibles, que provinieran de fábricas certificadas contribuyendo a un mundo mejor, fomentando la disminución del consumo de agua y con productos adhesivos eco amigables con el medioambiente. Lo que fue apoyado por políticas internas ambientales para ser más eficientes con los recursos energéticos, disminuir el consumo del agua e implementar medidas de gestión de residuos y reciclaje.

Fiel a nuestro sello, que mantenemos hace 48 años de responder a nuestros clientes con soluciones a su medida, 2022 siguió siendo un año de gran avance en materia de digitalización, tanto de cara interna como de cara al cliente, modernizando los servicios B2B (business to business) y B2C (business to consumer). Gracias a esto se lograron mejores experiencias como, por ejemplo, con el dimensionado, donde hoy gracias a la digitalización del proceso se entrega de forma más expedita, lo que permite al cliente hacer más proyectos en un menor tiempo.

Durante el año también fue vital la capacitación a clientes y proveedores mediante el Centro de Experiencia del Mueble (CEM), plataforma abierta al público que está siempre a la vanguardia en cuanto a herramientas y nuevas tecnologías, lo que permite que los mueblistas generen mejores productos y servicios a sus propios clientes.

Destacamos también el apoyo y colaboración de nuestros 1.037 trabajadores, que gracias a las capacitaciones realizadas se incorporaron a este nuevo modelo de negocio, abriendo así

las puertas al futuro. En Imperial tenemos presente que las personas mejor capacitadas generan un servicio de mejor calidad y experiencia positiva para el cliente, junto con el desarrollo de equipos con mayores oportunidades y motivación.

Por ello, contamos con un plan de becas y facilidades para que nuestros trabajadores puedan seguir perfeccionándose, además de la Academia Imperial, plataforma digital de capacitaciones. Como resultado se incrementó la movilidad interna dentro de nuestra empresa, gracias al fortalecimiento del capital humano. Esto aumentó el índice Great Place to Work en siete puntos porcentuales, pasando de 64 puntos en 2021 a 71 puntos en 2022.

El trabajo con la comunidad se consolidó durante el año con la segunda versión del programa Construyamos Tu Idea – Edición Comunidad, donde se siente a nuestros equipos de Imperial más involucrados con el entorno y a los vecinos más integrados con la empresa, a través del mejoramiento de infraestructura comunitaria. Esto implica tener un diálogo constante y transparente para identificar las necesidades y preocupaciones de las comunidades aledañas, y trabajar en conjunto para implementar soluciones que mejoren la calidad de vida de nuestros vecinos y vecinas, quienes se encuentran representados por juntas de vecinos, club de adultos mayores, organizaciones deportivas, grupos animalistas, entre otros.

En la misma línea, se destaca también el programa Construyamos Tu Idea - Edición Colaboradores, que busca apoyar y mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores, a través de la mejora de sus viviendas. Los gerentes y equipos de cada tienda apoyaron esta iniciativa, generando un espíritu colaborativo dentro de nuestra empresa.

Esperamos que este documento pueda ser de gran utilidad y que contribuya a profundizar el diálogo y la colaboración entre nuestra empresa y todos nuestros grupos de interés en pos de un futuro más sostenible para todos.

Los invito a revisar nuestro nuevo reporte de sostenibilidad, que sin duda refuerza nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

*Muchas gracias  
Rodrigo Fuenzalida.*

## 1.2 Sobre nosotros

GRI:2-I

*Somos Imperial S.A una empresa chilena con 48 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.*

**Nuestra oficina central** se encuentra en Av. Santa Rosa 7850, La Granja, Santiago, mientras que contamos con presencia comercial en todo Chile, con 13 sucursales en 8 regiones, más despachos a todo el país.

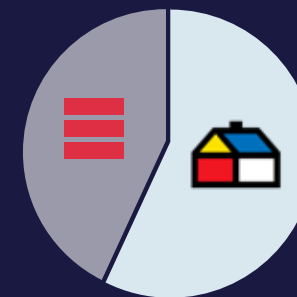


### Estructura de la propiedad

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

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).

INVERSIONES ORGALLA  
40%



SODIMAC  
60%

# 1.3 Nuestra trayectoria

Fundamos nuestra primera operación en la comuna de La Granja: la Gran Ferretería Imperial.



Inauguramos Imperial Quinta Normal, la primera de nuestras sucursales. En la actualidad la conocemos como Imperial Mapocho.

Avanzamos en nuestro plan de expansión, inaugurando tiendas en Huechuraba, San Bernardo, Viña del Mar, Talca y Concepción.

Flexibilizamos nuestra línea de producción gracias a la inauguración de la Planta RTA (Ready To Assemble). A esto se suma la apertura de una nueva tienda: Imperial Hualpén en la región del Biobío.



Ampliamos nuestra oferta, incorporando el negocio de maderas, que nos permite ampliar nuestro rubro a mueblistas y clientes particulares.

Nuestra solidez y potencial de crecimiento fue reconocida por Sodimac., quienes adquirieron 60% de nuestro negocio. Como resultado, somos parte del Grupo SACI Falabella, con quienes compartimos la mirada estratégica para crecer aportando valor a nuestros grupos de interés.

Abrimos la tienda Imperial Temuco en la región de la Araucanía.

Obtuvimos la certificación FSC en cadena de Custodia (SA- COC-004454) y FSC en maderas controladas (SA- CW-004454). Importantes certificaciones que aseguran un adecuado manejo forestal de nuestros proveedores.



Apertura de la nueva tienda Imperial en Puerto Montt. Ese mismo año también publicamos nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, dando cuenta de nuestro desempeño en 2014

Abrimos una nueva sucursal Imperial en La Serena.



Iniciamos la digitalización de nuestros procesos: lanzamos la nueva plataforma de comercio electrónico en nuestra página web, implementamos el software WMS que ayuda a gestionar y controlar las operaciones en bodegas, y desarrollamos la aplicación móvil para agilizar el despacho de las compras.

Profundizamos el proceso de digitalización a través de la implementación de la plataforma de pago FPay. Además, inauguramos una plataforma y aplicación para los clientes mayoristas e individuales. También desarrollamos la primera versión del Construyamos Tu Idea - Edición Colaboradores.



Inauguramos la bodega La Martina, cuya tecnología aporta a la eficiencia de nuestra cadena logística. Para agilizar la atención a nuestros clientes, implementamos el proyecto de autoservicio en la tienda de Huechuraba.

Inauguramos el Centro de Experiencia del Mueble (CEM) en nuestra tienda Imperial Huechuraba, el cual está dedicado a la atención de los profesionales de la industria del mueble, quienes podrán encontrar las últimas tendencias en materiales, soluciones y organización del mobiliario.



Comenzamos un proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos y Ambientales, para identificar, prevenir y mitigar los impactos reales y potenciales de nuestras operaciones y cadena de valor. Profundizamos el proceso de digitalización de nuestras ventas, tanto en B2B como en B2C, así como la digitalización de los pagos y la implementación de un nuevo sistema para la venta a crédito.

# 1.4 Hitos 2022

## Digitalización de Imperial

**Francisco Quiroz**

Gerente de Canales Digitales



*"Año de avance en el ecommerce, por lo que fue un periodo de consolidación del proceso, satisfaciendo la demanda digital de nuestros clientes."*



N° de transacciones ecommerce 2022:



66.000.



N° de visitas página web y aplicación:



11.000.000.

Para responder a las nuevas generaciones y ser más eficientes en los procesos, hemos dado grandes pasos en el camino hacia la digitalización.

Es por ello, que el 100% de nuestras tiendas implementaron a inicios de 2022 la plataforma de pago FPay, que permite realizar pagos de forma presencial u online, de manera rápida y segura, utilizando el celular.

También implementamos un ecommerce para nuestros clientes mayoristas (mundo de la sub-distribución) y clientes individuales, mediante una página web y una aplicación. Uno de los desafíos fue entregarles a los clientes los mismos beneficios y características de la atención presencial de forma digital, respetando los precios según su zona geográfica, con lista de precios particulares y segmentación de clientes.

El objetivo de esto es poder entregar un servicio 7x24 para que el cliente pueda hacer sus compras en línea en el momento que ellos lo deseen, sin importar la hora ni el día. Este proceso se complementa con una cadena de distribución de entrega, para hacer los despachos o retiros en tiempo y forma.

En síntesis, al poner a disposición de los clientes un catálogo online amplio de más de 10.000 productos (SKU), nos transformamos en la bodega principal del cliente o especialista, disminuyendo los tiempos de realización de sus proyectos.

Un Imperial más sostenible

Francisca Gutierrez  
Gerente de Personas



*“Imperial ha demostrado un importante progreso en materia de sostenibilidad. Se ha alcanzado un nivel de madurez relevante que se ve reflejado en nuestro desarrollo cultural y en los buenos resultados del Index de Sostenibilidad.”*

➤ Index Sostenibilidad 2022: 80 pts.

La sostenibilidad es un tema clave en el mundo empresarial que hace referencia al equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y el bienestar social, garantizando así un futuro próspero y seguro para todos.

Para ello, en Imperial no solo nos preocupamos de ser más rentables a largo plazo, sino que también de tener una mayor reputación y lealtad entre nuestros grupos de interés. Por lo que buscamos aplicar prácticas sostenibles y buenas prácticas internacionales para mejorar la calidad de vida de los trabajadores y la comunidad en donde operamos.

Este cambio integra medidas para reducir los impactos ambientales de nuestras operaciones, así como el uso eficiente de los recursos naturales y la minimización de residuos y emisiones contaminantes. Adicionalmente, también trabajamos en la mejora de las condiciones laborales, la igualdad de género, la inclusión y el respeto a los derechos humanos.

Anualmente, realizamos la medición de la sostenibilidad a través de un Index creado por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, el cual es un indicador estratégico que evalúa la gestión de la sostenibilidad en cuanto al grado de alineación con buenas prácticas de clase mundial y la gestión de impactos. El resultado del Index 2022 fue de 80 puntos, lo que representa un incremento de 13 puntos porcentuales.

## Construyamos Tu Idea – Edición Colaboradores

**Javier Osorio**  
Gerente TI Interino



*"En 2022 se ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de los trabajadores. Uno como colaborador se siente super contento por ser parte de este proceso ayudando a los compañeros en la postulación. La gente quería participar del beneficio para poder mejorar sus viviendas, es como tirar un cable a tierra, porque te permite mirar a las personas, saludar y saber lo que les pasa, que hay detrás de cada trabajador. Me siento orgulloso del trabajo que hizo Imperial."*

Para nuestra empresa, un factor decisivo es el apoyo a nuestros trabajadores, para que puedan desempeñarse de forma tranquila y segura en sus quehaceres. Un ambiente positivo y saludable de trabajo fomenta la motivación, la creatividad y la retención del talento, por lo que en Imperial estamos conscientes de que el bienestar de los colaboradores es un elemento clave para el éxito de nuestra empresa.

Imperial tiene por objetivo hacer que la convivencia, el trabajo en equipo, el clima laboral y la sostenibilidad sean un pilar fundamental.

A raíz del Construyamos Tu Idea Edición Comunidad, nace en 2022 la versión para los colaboradores, que busca apoyar y mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores a través de la mejora de sus viviendas. Este programa generó un ambiente de compañerismo y empatía gracias a la ayuda que se brindaron unos a otros en el proceso de postulación.

La buena acogida de este programa, en conjunto con otras iniciativas, permitieron que Imperial incrementará su puntuación en el Great Place to Work 2022, indicador que mide la perspectiva del colaborador y el líder.



Puntos en el indicador Great Place to Work:.

71 pts

# 1.5 Principales cifras

## Nuestra empresa en cifras económicas



9.300  
productos SKU en tienda



+ 10.000  
productos SKU en página web y App



-15,3%  
en ventas



MM\$ 251.158  
en ventas netas



+ 66.000  
transacciones en página web y App



MM\$ 14  
invertidos en proyectos sociales

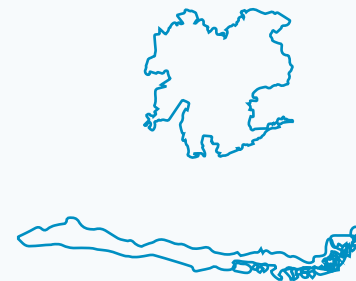
## Equipo experto en soluciones constructivas



100%  
de ejecutivos  
principales son de  
comunidades locales<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Los ejecutivos principales corresponden a gerentes y subgerentes. Asimismo, se entiende comunidad local como regiones del país



68%  
en la región metropolitana

32%  
en provincia

## Aprovisionamiento estratégico



596  
proveedores de productos y servicios



15%  
son proveedores de existencia internacional



56%  
son proveedores de existencia nacionales



MM\$ 270.792  
gasto total en proveedores



30%  
proveedores de gasto

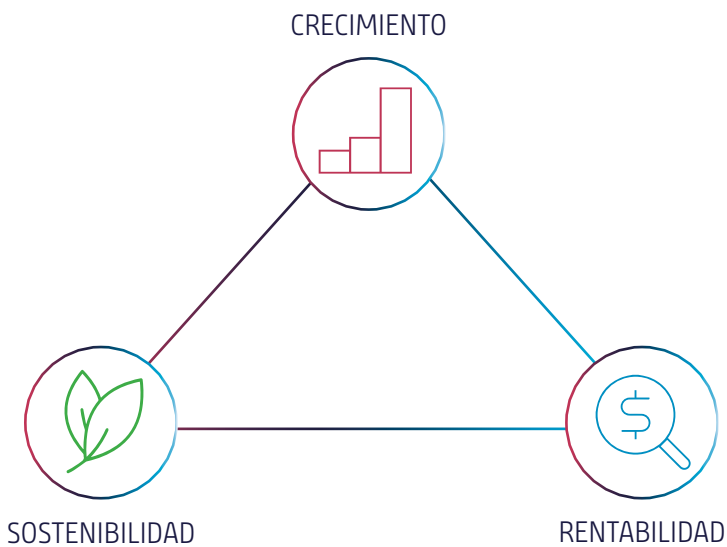
# 1.6 Misión, visión y valores



# 1.7 Enfoque de sostenibilidad

La sostenibilidad se encuentra presente de manera transversal a lo largo de nuestros procesos para reflejar el compromiso que hemos tomado con la creación de valor sostenible. Es por ello, que uno de nuestros pilares estratégicos es la sostenibilidad, el cual, junto con los pilares de crecimiento y rentabilidad, nos permite desarrollar una operación responsable de cara a nuestros grupos de interés.

## Estrategia Imperial



## Política de sostenibilidad

En Imperial estamos comprometidos con ser una empresa sostenible con nuestros grupos de interés, buscando aportar al desarrollo en las localidades donde estamos presentes y mitigar los impactos de nuestras operaciones.

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

El alcance de esta política abarca a los colaboradores que se relacionan con algún grupo de interés en particular, a la comunidad, y a todos los trabajadores de la compañía.

Para la toma de decisiones, la conducción sostenible del negocio y la generación de valor compartido, nos guiamos por 5 estándares internacionales de sostenibilidad y buena gobernanza.



## Organización Internacional del Trabajo

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

Nos guiamos por la Norma Internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social.



## Global Reporting Initiative

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



## Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

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



Pacto Global  
Red Chile

## Pacto Global - Red Chile

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

**Elementos y acciones que componen la política de sostenibilidad**

La política de sostenibilidad se basa en 5 elementos claves que son: 1) actividades de formación en sostenibilidad; 2) de comunicación; 3) de ejecución; 4) de control; y 5) presupuesto, los cuales llevan aparejadas diferentes acciones con el fin de asegurar la ejecución de la política.

| Elementos                                                                                                                      | Acciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Actividades de formación en sostenibilidad | <ul style="list-style-type: none"><li>i. Formación a colaboradores en materia de sostenibilidad.</li><li>ii. Herramientas para el relacionamiento con grupo de interés a través de talleres y cursos.</li><li>iii. Líderes de la comunidad, que se basa en la capacitación a líderes externos a través de una plataforma online.</li></ul>                       |
|  Comunicación                               | <ul style="list-style-type: none"><li>i. Comunicados internos.</li><li>ii. Invitaciones a líderes de grupos de interés.</li><li>iii. Actividades de sostenibilidad tanto internas como externas.</li></ul>                                                                                                                                                       |
|  Ejecución                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>i. Programa de formación en sostenibilidad general.</li><li>ii. Programa de formación en sostenibilidad específicos.</li><li>iii. Plataforma de Academia Imperial.</li></ul>                                                                                                                                               |
|  Control                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>i. Seguimiento a la política a través de la Subgerencia de Desarrollo y Comunicación.</li><li>ii. Aplicación de encuestas a personas capacitadas para el mejoramiento continuo de los cursos y talleres.</li><li>iii. Monitoreo de resultados de la encuesta de satisfacción a través de una consultora externa.</li></ul> |
|  Presupuesto                              | <ul style="list-style-type: none"><li>i. Presupuesto para elementos de comunicación: mailing y app de comunicación.</li><li>ii. Presupuesto para elementos de ejecución: formación en Academia Imperial.</li><li>iii. Presupuesto para elementos de monitoreo: encuesta de satisfacción y levantamiento de oportunidades de mejora.</li></ul>                    |

**Modelo de Gestión de la Sostenibilidad**

Para materializar la Política de Sostenibilidad en el día a día, 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**



Este modelo permite no solo estar comprometido con la sostenibilidad, sino que cumplir ordenadamente, a través de un plan y mediciones, la ejecución de la política y la gestión de las metas.



### Plan de acción para la sostenibilidad 2021 - 2025

El plan de acción a 2025 contempla 3 ejes fundamentales para avanzar en la sostenibilidad, los cuales son:

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



### Comité de sostenibilidad

El Comité de sostenibilidad es el encargado de velar por el cumplimiento de la estrategia y política de sostenibilidad, realizando el debido seguimiento a través de diversas herramientas como encuestas de satisfacción, reportes de sostenibilidad, entre otros.

El comité sesiona de manera bimestral y participa todo el Comité Ejecutivo, quién rinde cuentas trimestralmente al Comité de Directores de Sostenibilidad. Esta instancia supervisa los avances del Programa de Sostenibilidad de cada gerencia.



### Índice de sostenibilidad

Medimos anualmente nuestro desempeño social, ambiental y económico a través del Índice de Sostenibilidad aplicado por Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

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. Además, busca potenciar nuestras oportunidades para generar valor a los grupos de interés.

### Medición de nuestro desempeño en Index de sostenibilidad



Nota: Producto de la pandemia en 2020 no se realizó esta medición.

# 02

CAPÍTULO

# Nuestro Negocio

2.1 Nuestras tiendas

2.2 Ofertas de productos y servicios

2.3 Línea de productos sostenibles

2.4 Seguridad y calidad de nuestros productos

2.5 Generación de valor económico

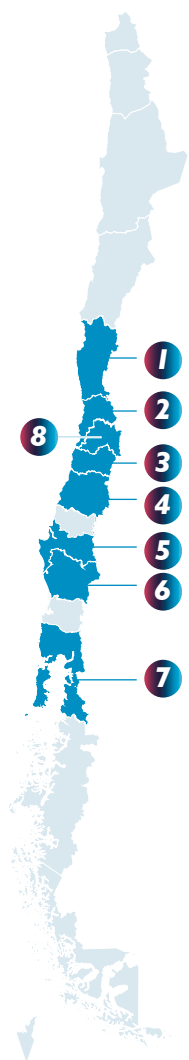
2.6 Innovación y desarrollo

2.7 Transformación digital



# 2.1 Nuestras tiendas

Contamos con 13 tiendas en 8 regiones, de las cuales 5 se encuentran en la región Metropolitana y 8 en el resto del país.



Gerente de tienda:  
**Marcos Aracena.**



**1 Región de Coquimbo**  
**Tienda La Serena**  
Dirección:  
Balmaceda #3070, Local 1, La Serena.



Gerente de tienda:  
**Paulina Ibacache.**



**2 Región de Valparaíso**  
**Tienda Viña del Mar**  
Dirección:  
Camino Internacional #1025, Viña del Mar.



Gerente de tienda:  
**Karla Schmidt.**



**Tienda Valparaíso**  
Dirección:  
Av. Independencia #3033, Valparaíso.



Gerente de tienda:  
**Alejandro Gutiérrez.**



**3 Región de O'Higgins**  
**Tienda Rancagua**  
Dirección:  
La Cruz #01000, Rancagua



Gerente de tienda:  
**Claudio Flores.**



**4 Región de Maule**  
**Tienda Talca**  
Dirección:  
Av. San Miguel #2687, Talca.



Gerente de tienda:  
**Carlos Villagrán.<sup>2</sup>**



**5 Región de Bío Bío**  
**Tienda Concepción**  
Dirección:  
Tucapel #1259, Concepción.



Gerente de tienda:  
**Robert Marchant.**



**6 Región de La Araucanía**  
**Tienda Temuco**  
Dirección:  
Av. Caupolicán #1151, Temuco.



Gerente de tienda:  
**Rodrigo López.**



**7 Región de Los Lagos**  
**Tienda Puerto Montt**  
Dirección:  
Pilpilco #200, Parque Industrial, Puerto Montt.

<sup>2</sup> Cese de funciones el 11 de abril de 2023



## 8 Región Metropolitana



Gerente de tienda:  
**Verónica Contreras**

### a Tienda Vespucio

Dirección:  
Av. Américo Vespucio #1030,  
Peñalolen



Gerente de tienda:  
**Francisco Lorca.**

### b Tienda Huechuraba

Dirección:  
Av. Américo Vespucio #1399, Huechuraba



Gerente de tienda:  
**Francisco Narváez.**

### c Tienda Mapocho

Dirección:  
Mapocho #5906, Quinta Normal.



Gerente de tienda:  
**Leonel Duarte.**

### d Tienda Santa Rosa

Dirección:  
Santa Rosa #7850, La Granja.



Gerente de tienda:  
**Jorge Rodríguez.**

### e Tienda Maipú

Dirección:  
Alberto Llona #1153, Maipú.

## 2.2 Ofertas de productos y servicios

GRI:2- 6

Nuestro rubro es la comercialización de insumos para pequeños constructores, maestros, mueblistas y familias para que desarrollen sus proyectos con materiales de alta calidad a precios competitivos. Además, asesoramos a nuestros clientes y mueblistas para que desarrollen sus proyectos escogiendo los insumos que satisfagan de la mejor manera sus necesidades.

### ➤ Mercados atendidos



Obra gruesa



Mantenimiento y reparación del hogar



Mejoramiento del hogar



Construcción y mejoras de oficinas



Construcción y mejoramiento de locales comerciales



## Productos

Ofrecemos la mejor variedad y calidad de productos disponibles, a precios competitivos y con stock, velando que los productos sean amigables con el medio ambiente. De esta manera, fidelizamos a nuestros clientes, quienes se transforman en verdaderos especialistas.



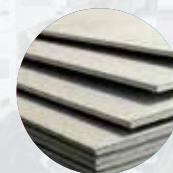
Tableros de madera



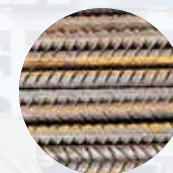
Láminas



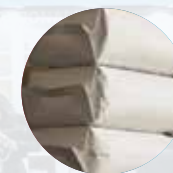
Maderas aserradas



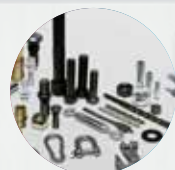
Fibrocemento



Fierros



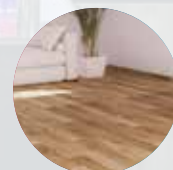
Cementos



Quincallería y fijaciones



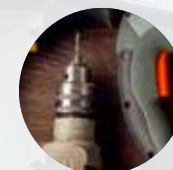
Pinturas y adhesivos



Pisos



Herramientas manuales



Herramientas eléctricas



Gasfitería



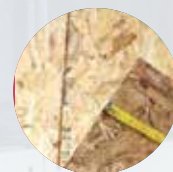
## Servicios



Corte, enchapado, perforado y router



Arriendo de maquinarias y herramientas



Trabajo en tableros y maderas



Tintometría



Delivery



Click and collect

## 2.3 Línea de productos sostenibles

GRI:417-1

Generar un impacto positivo en nuestra casa, barrio, ciudad y planeta es tarea de todos. Por eso, queremos que conozcas nuestras alternativas de productos y servicios comprometidos con el medioambiente y la sociedad para que elijas informado.

Nuestra línea ECO Imperial es un segmento de nuestros productos que promueven el consumo responsable de agua, energía y producción de residuos. Se puede acceder a ellos a través de nuestra página web, App y tiendas físicas.

### Ética publicitaria

En Imperial nos esforzamos por ser un referente en el cuidado del medioambiente y seguir potenciando los productos sostenibles. En la Subgerencia de Marketing, realizamos acciones responsables para informar a nuestros clientes sobre los productos que cumplen con normas ambientales y promover su uso.

Trabajamos en la reducción de comunicación impresa, optando por canales digitales en un 80% y limitando la impresión de carteles para puntos de venta. Además, compartimos información sobre nuestras acciones sostenibles, como el uso de iluminación LED y el ahorro de agua en nuestras instalaciones. Motivamos a nuestros clientes a adquirir productos amigables con el medio ambiente, como melaminas provenientes de empresas que reforestan bosques o grifería libre de plomo.

En nuestra amplia gama de productos, destacamos aquellos que cumplen con las normas requeridas para ser considerados ecosostenibles. Hemos incorporado nuevos productos, como adhesivos cerámicos con empaques reciclables, pisos laminados de producción sustentable y esmalte al agua libre de VOC.

Además, buscamos generar reconocimiento como una marca sostenible a través de nuestra landing page Eco y la comunicación digital con nuestros clientes. Destacamos todas las acciones que realizamos para reducir las emisiones, como el uso de camiones eléctricos y la eliminación de la impresión de planos de corte.

Nuestro compromiso más importante es, sin duda, entregar información en forma transparente a nuestros clientes relacionado a precios y promociones junto con trabajar centrados en ellos, entregándoles un servicio de excelencia, cercano, ágil y efectivo.

En nuestros puntos de venta, también nos esforzamos por promover la sostenibilidad y generar ahorro en el uso de materiales. Cambiamos la forma de exhibir los productos utilizando materiales duraderos y realizando mobiliario con una vida útil de más de cinco años.

En materia de publicidad y marketing cumplimos los estrictos parámetros éticos de Sodimac, quien adhiere voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).

### Línea de productos con ahorro energético

La eficiencia energética es una alternativa para ahorrar y proteger al medio ambiente utilizando tecnología LED de bajo consumo, que dura ocho veces más con un mismo nivel de iluminación.

En Imperial ofrecemos a nuestros clientes ampolletas, focos y reflectores LED que ahorran hasta 90% de consumo versus iluminación incandescente.

Certificado por SEC.



#### Venta de productos de consumo eficiente en categoría electricidad



| 2020 | 2021 | 2022 |
|------|------|------|
| 7,1% | 7%   | 8%   |



| 2020 | 2021 | 2022 |
|------|------|------|
| 9,2% | 11%  | 17%  |

### Uso responsable de agua

El uso ineficiente de los recursos hídricos es uno de los grandes problemas medioambientales que estamos enfrentando como sociedad.

En Imperial hemos tomado acciones para disminuir el consumo de agua en nuestras operaciones diarias y fomentamos que nuestros clientes elijan productos que cumplen con la función de ahorro de agua, lo que produce el cuidado de este recurso gracias a la eficiencia hídrica.

#### Productos



WC y Estanques



Filtros purificadores



#### Venta de productos de consumo eficiente en categoría agua (baño y cocina)



| 2020 | 2021 | 2022 |
|------|------|------|
| 59%  | 23%  | 26%  |



| 2020 | 2021 | 2022 |
|------|------|------|
| 4,6% | 25%  | 29%  |

Producción sustentable

Todos nuestros productos son verificados en su fuente de origen y cuentan con certificaciones FSC en sus procesos productivos. Compramos exclusivamente en fábricas en cumplimiento a la normativa ambiental, garantizando así la sostenibilidad en todos nuestros procesos.

En el caso específico de la madera, nuestros productos provienen de un manejo forestal sustentable durante sus fases de recolección de materias primas y producción.



Productos para el cuidado del medio ambiente

En cuanto a tarros de pintura y solventes ofrecemos productos certificados de fábrica a nuestros clientes, vale decir, que nuestros proveedores nos entregan productos que cuentan con certificaciones como Green Globes, BREEAM, BAA, Certificación LEED, entre otras.

Estos productos cuentan con una formulación no inflamable, lo que ayuda considerablemente a reducir la cantidad de contaminantes interiores que pueden generar malos olores, irritantes y/o dañinos para el confort y bienestar de los instaladores y ocupantes.



Productos libres de plomo

Existen personas expuestas al plomo debido al consumo de agua potable, principalmente de griferías no certificadas, donde el plomo se almacena con mayor facilidad o bien los materiales de plomería que contienen plomo se corroen y esa corrosión se disuelve por una reacción química entre el agua.

En Imperial nos preocupamos de ofrecer nuevas tecnologías relacionadas a la prevención de enfermedades por uso de productos tóxicos en el hogar. Es por ello, que en nuestro surtido de productos ofrecemos grifería para baño y cocina con conducción libre de plomo.



## 2.4 Seguridad y calidad de nuestros productos

GRI: 417-I

Además del fomento de productos ecoamigables con el medioambiente y más seguros para las personas, contamos con un Protocolo de Control de Calidad y un Modelo de Gestión.

### Protocolo para el Control de Calidad

Hemos definido y formalizado los lineamientos para asegurar la calidad de nuestro servicio de dimensionado y tapa canteado 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 su evaluación dependerá la aprobación o rechazo del corte.



### Modelo de Gestión Plan de Salud y Seguridad del Producto (PSSP)

En el marco de la implementación de una estrategia de sostenibilidad en agosto de 2022, nuestro Departamento de Gestión de Riesgos, lanzó el Modelo de Gestión PSSP. El modelo tiene como objetivo orientar y coordinar las acciones de la empresa, con foco en la seguridad de los consumidores y la presencia de productos seguros en el mercado, a través de las distintas instancias de vigilancia del proceso productivo. Esto comprende:

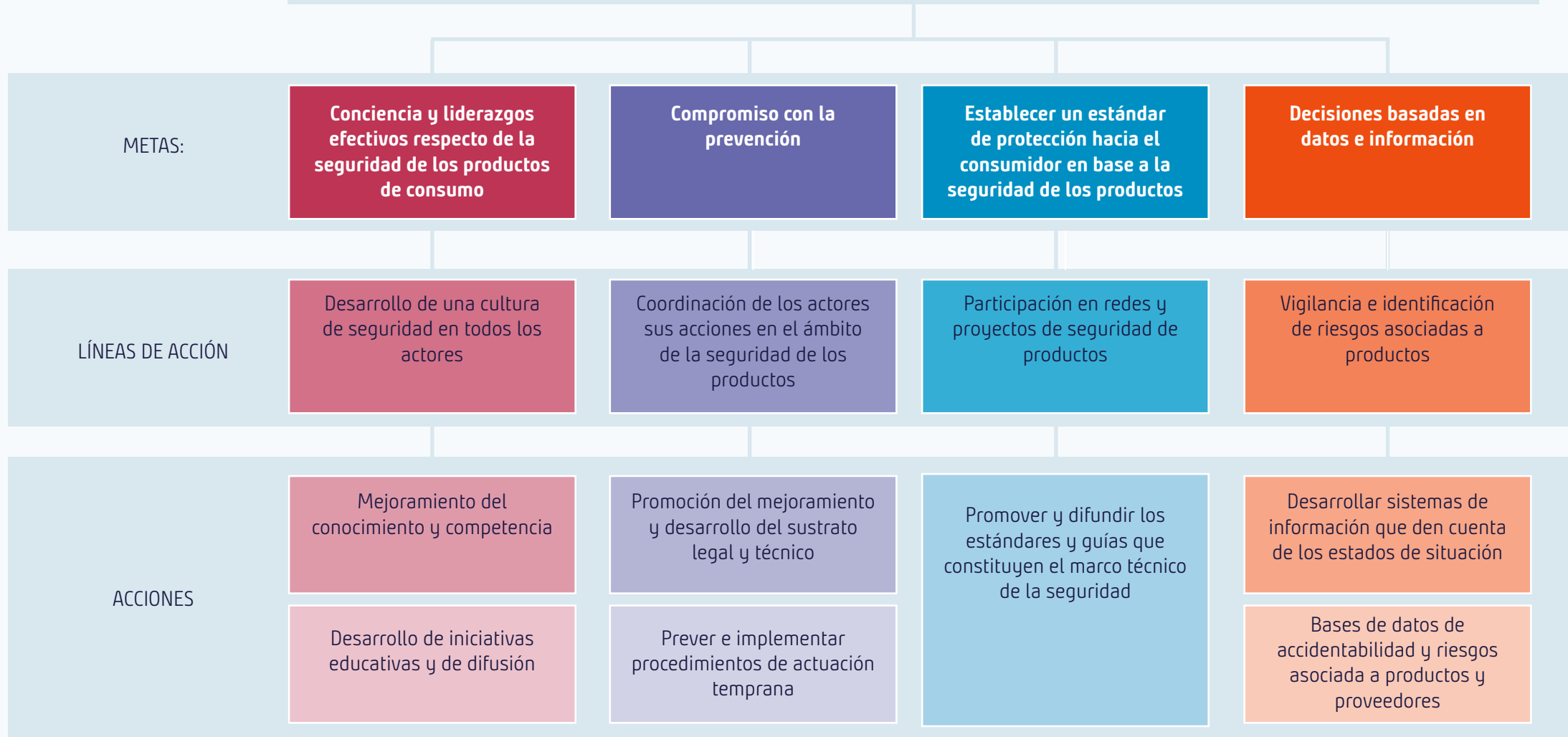
- Promover acciones destinadas a cautelar la presencia de productos seguros en el mercado.
- Promover acciones que contribuyan al cierre de brechas existentes en materia de seguridad en productos no alimenticios, teniendo presente las recomendaciones OECD.

El Modelo de Gestión posee cuatro metas relacionadas con:

- 1 conciencia y liderazgo,
- 2 prevención,
- 3 estándares de protección
- 4 decisiones basadas en datos,

las cuales se materializan a través de sus propias líneas y acciones respectivamente.

## Modelo de Gestión para la Salud y Seguridad de los Productos



### Medidas de desempeño y evaluación del modelo

Para cada una de las metas se han definido sus respectivas medidas de desempeño y definiciones claves que permiten medir tanto los avances como los propósitos perseguidos, así como una evaluación tendiente a los ajustes de la actual estrategia, su actualización y su nueva proyección para los años posteriores.

### Desarrollo de una base de cultura de seguridad en productos



### 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, señalando su correcto uso y posibles riesgos a la salud del usuario.

Esta gestión de la información también 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 del producto y sus características, según año

| Características del etiquetado             | 2019        |        | 2020        |        | 2021        |        | 2022        |        |
|--------------------------------------------|-------------|--------|-------------|--------|-------------|--------|-------------|--------|
|                                            | Etiquetados | Total  | Etiquetados | Total  | Etiquetados | Total  | Etiquetados | Total  |
| Riesgo de las personas                     | 559         | 18.860 | 538         | 15.073 | 538         | 14.486 | 519         | 14.061 |
| Con protocolo de vencimiento y disposición | 92          | 92     | 86          | 86     | 453         | 453    | 405         | 405    |
| Pinturas y barnices con agua acuosa        | 499         | 1.594  | 475         | 1.629  | 366         | 830    | 368         | 854    |
| Tableros de baja emisión                   | 1.088       | 1.174  | 767         | 960    | 744         | 931    | 723         | 1.211  |
| Total                                      | 2.236       | 21.720 | 1.866       | 17.748 | 2.101       | 16.700 | 2.015       | 16.531 |



Durante 2022, 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 2022, 519 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 9,6% menos de productos que lo reportado en 2021.

# 2.5 Generación de valor económico

Nuestra mirada de largo plazo se sostiene en un desempeño económico responsable y sostenible. 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 ética.

Para la generación de valor económico mantenemos una constante oferta de los mejores productos y una buena calidad de servicio. Esto implica también la capacidad de innovar y adaptarse rápidamente a las demandas del mercado, para mantenerse competitiva y relevante dentro de la industria ferretera. La mejora constante de los productos y del servicio, conduce a una mayor lealtad del cliente y a una mayor participación en el mercado.

Otra forma en la que generamos valor económico es mediante la gestión eficiente de los recursos de la empresa. Esto implica la gestión cuidadosa de los costos, la maximización de los ingresos y el uso efectivo de los recursos disponibles. Asimismo, la gestión adecuada de los recursos de la empresa nos conduce a una mayor eficiencia operativa y a una mejora en la reputación en el mercado.

Finalmente, la generación de valor económico logra, a través de la creación y mantenimiento de relaciones sólidas con los proveedores, clientes y otros actores relevantes, garantizar la continuidad operacional de nuestra empresa.

## Principios del Pacto Global a los que Imperial adhiere.



### 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.

## ODS relacionado



### META 8.2

Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra.

### META 8.3

Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

### META 8.4

Mejorar progresivamente la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente.

### META 8.8

Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

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.

### Ingresos Operacionales en millones de CLP

La disminución del 15% en nuestros ingresos operacionales, correspondientes a MM\$ 54.610, se debió principalmente a la desaceleración de la economía nacional, en un contexto de ralentización de la economía mundial debido a la guerra Rusa Ucraniana.

| 2018    | 2019    | 2020    |
|---------|---------|---------|
| 256.166 | 252.024 | 269.922 |
| 2021    | 2022    |         |
| 358.129 | 303.519 |         |



### Valor económico distribuido en millones de CLP

|                                            | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    |
|--------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total                                      | 265.166 | 252.024 | 269.922 | 358.129 | 303.519 |
| Gastos operativos                          | 254.216 | 212.142 | 222.037 | 320.226 | 252.011 |
| Sueldos y prestaciones a los colaboradores | 17.961  | 18.017  | 18.490  | 21.594  | 22.029  |
| Pago a los proveedores de capital          | 3.290   | 3.547   | 1.912   | 3.530   | 2.733   |
| Pago al gobierno                           | 1.134   | 1.123   | 9       | 3.150   | 11.006  |
| Total Valor Económico Distribuido          | 276.601 | 234.829 | 242.228 | 348.500 | 287.779 |
| Ventas Netas                               | 220.423 | 207.273 | 220.557 | 296.577 | 251.158 |
| Pasivos/Deuda                              | 65.464  | 111.151 | 122.947 | 125.503 | 100.646 |
| Capital/Patrimonio                         | 36.759  | 32.456  | 37.620  | 52.847  | 39.560  |
| Activos totales                            | 102.222 | 143.607 | 160.568 | 178.350 | 140.206 |

**Ingresos de Explotación en millones de CLP**

| 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 220.423 | 207.273 | 220.557 | 296.577 | 251.158 |

**Gestión tributaria transparente**

GRI: 2-2

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 de ellos como filial.

En Imperial pagamos nuestros impuestos según lo establecido en la Política Tributaria del Grupo Falabella, del cual somos parte. 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 entre 2020-2022, expresado en MM\$.**



| 2020 | 2021  | 2022   |
|------|-------|--------|
| 723  | 3.150 | 11.006 |

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, siendo este lineamiento un compromiso Imperial.

### Enfoque de gestión tema Material:

#### Innovación y desarrollo

GRI 3-3

La gestión de la innovación y el desarrollo es un factor determinante para la continuidad operacional de nuestra empresa, integrando nueva tecnología que mejore nuestros indicadores de eficiencia, rentabilidad, y minimizar los impactos. Esto implica estar a la vanguardia para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

**Valor de la 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.**

#### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Crecimiento de I+D a nivel país.
- Cumplir las expectativas de los clientes



#### Negativos:

- Limitada oferta de productos que no se adapten a los nuevos estándares de la industria

## 2.6 Tema material: Innovación y desarrollo

En un mercado cada vez más competitivo y cambiante, es fundamental que las empresas sean capaces de adaptarse al entorno y a las necesidades de sus clientes, donde la innovación es una de las claves para conseguirlo.

La innovación nos permite crear nuevos productos y mejorar la calidad del servicio que brindamos, lo que facilita la construcción de proyectos personales a nuestros clientes y eficientar la gestión de nuestros mueblistas y aliados especialistas con sus propios clientes. Estos nuevos productos más versátiles descritos anteriormente, que son innovadores al ser sustentables, ayudan a reducir costos, mejorar procesos, aumentar la eficiencia y ofrecer productos amigables con el medioambiente, lo que se traduce en mayores beneficios para toda la cadena de valor.

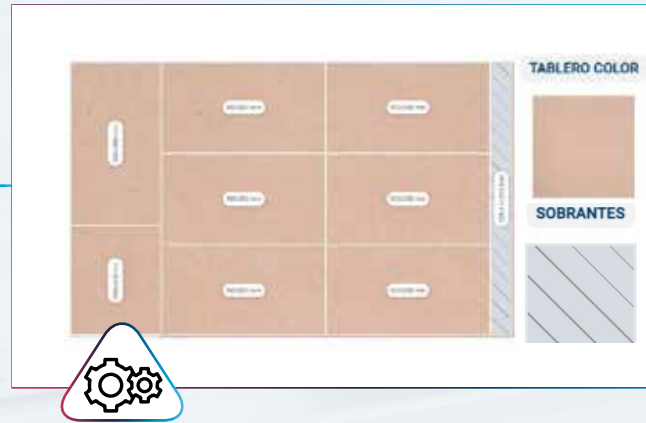
Por ello, buscamos generar un impacto positivo en nuestra cultura organizacional, fomentando la creatividad, la colaboración, el aprendizaje continuo, la motivación, a través de capacitaciones a nuestros trabajadores, que se imparten bajo el Programa de Mejoramiento de Habilidades. Este programa facilita el aprendizaje de nuestros trabajadores mediante becas de estudios técnicos y de pregrado, más becas de estudios para postgrados. De esta manera, nos cercioramos de que nuestros colaboradores vayan a la vanguardia de las nuevas tecnologías e innovación, a través del aprendizaje continuo.

Un ejemplo es la optimización de procesos en el área de dimensionado, que permitió mejorar los tiempos de entrega, así como también en la calidad del servicio entregada a nuestros clientes, por lo que se tomó la decisión de reformar el área e innovar a través de la tecnología, incorporando automatización del proceso de dimensionado para aumentar la capacidad productiva.

## Nuevo Proceso de Dimensionado



Una vez que el cliente selecciona el tablero a través de la App, página web o tienda, ingresa las medidas y cantidades de unidades que quiere obtener de esa pieza.



Posteriormente el sistema realiza el proceso de optimización del producto, es decir, visualizar el tablero y los cortes que se deben hacer para obtener el producto deseado, disminuyendo al máximo el excedente o sobrante de este.



El resultado de la optimización es enviado vía e-mail al correo del cliente y toma todos los parámetros para ser usados como datos de cálculos de esfuerzos según tipo de material, patrones de corte, espesores, cantidad de piezas, etc.

Esta innovación no solo contribuye a eficientar el proceso y gratificar el máximo posible al cliente con su compra, sino también colabora con la disminución de desechos al obtener mayor provecho a las tablas.

## Enfoque de gestión tema Material:

### Transformación Digital

GRI 3-3

La gestión de la transformación digital es un factor elemental para propiciar la evolución de nuestra empresa a través de procesos inteligentes, aumentando la competitividad y fuerza comercial.

La transformación digital es parte del plan de desarrollo 2020-2023 de Imperial y cuentan su propia estrategia para su materialización.

**Nuestra política para la gestión de impactos sobre transformación digital es canalizada a través del Programa de Innovación y Transformación Digital 2020-2025.**

#### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Comparación de precios en aplicaciones y página web, facilitando la compra más conveniente para el cliente
- Mejor experiencia de compra (comprar online)
- Buena experiencia de compra



#### Negativos:

- Pérdida de puestos de trabajo
- Afectación a las condiciones de trabajo

## 2.7 Transformación digital

En Imperial nos hemos centrado en la digitalización de la atención al cliente, para hacer más eficientes y expeditos los procesos, lo que impacta positivamente en su satisfacción.

Esta transformación implica:

- Mejora interna de nuestros procedimientos,
- Mayor capacitación a nuestro personal y
- Mejor gestión para el correcto uso de tecnologías.

La Gerencia de Sistemas elaboró un Programa de Innovación y Transformación Digital 2020-2025 (PITD), que busca brindar una mejor experiencia de compra a nuestros clientes, fomentar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en el tiempo, a través de novedosas herramientas tecnológicas, en un mundo donde los nuevos clientes operan cada día más digitalmente por comodidad (desde cualquier lugar), inmediatez (ahorro de tiempo) e interacción digital. El alcance de este programa abarca tanto a clientes como a colaboradores de servicio al cliente.

### Objetivos del PITD 2020-2025



Uso inteligente de datos



Poner al cliente en el centro del negocio



Lograr la onmicanalidad

Estrategia y focos de digitalización del PITD 2020-2025

La estrategia se desarrolla en base a la creación, capacitación e implementación de nuevas y novedosas herramientas digitales, generadas en base a metodologías tradicionales y ágiles, proyectando a la empresa a un siguiente paso. Un ejemplo es la implementación de SCRUM.



**SCRUM:** Contribuye a la gestión de proyectos de metodología ágil que ayuda a los equipos a estructurar y gestionar el trabajo mediante un conjunto de valores, principios y prácticas.

Es un marco de trabajo ágil de desarrollo de software (Framework) más utilizado del mundo. En lugar de proporcionar una descripción completa y detallada de cómo deben realizarse las tareas de un proyecto, Scrum genera un contexto relacional e interactivo, de inspección y adaptación constante para que los involucrados vayan creando su propio proceso.

Estas herramientas se orientan a mejorar los siguientes aspectos:

- Fidelización de clientes,
- Sistemas de pagos digitales,
- Logística y transporte,
- Inteligencia de negocios
- Disponibilidad de producto.

La meta es incrementar y mejorar las siguientes temáticas:



A su vez, se cuenta principalmente con tres focos de trabajo, los cuales están orientados a:



**TECNOLOGÍA**  
Construcción de plataformas rápidas y económicas que fomenten la adaptación del usuario.



**CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS**  
Entregar nuevos servicios digitales mediante data inteligente con foco en el cliente.



**CULTURA Y ORGANIZACIÓN**  
Capacitar a nuestros colaboradores y repensar el modelo organizacional.

# 03

CAPÍTULO

## Liderazgo y gobierno corporativo

3.1 Marco de gobernanza

3.2 Directorio

3.3 Comités de directorio

3.4 Principales ejecutivos y administración

3.5 Ética, transparencia e integridad corporativa

3.6 Derechos humanos y procesos de debida diligencia

3.7 Gestión de riesgo





## 3.1 Marco de gobernanza

GRI:2-23

*En Imperial contamos con un sólido marco de gobernanza que se establece en base a una serie de políticas, estructuras y procedimientos, que nos orientan a cumplir con los más altos estándares en ética, probidad, transparencia y buen gobierno.*

Basándonos en lo establecido en la normativa nacional, sumando buenas prácticas internacionales promovidas por Naciones Unidas (UN), la Organización Mundial del Trabajo (OIT) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), hemos generado mecanismos que fomentan y promueven la responsabilidad e integridad corporativa, los derechos humanos y la debida diligencia, tanto de forma individual y colectiva.

De esta manera, en cada una de nuestras interacciones, tanto al interior de la empresa como con nuestros grupos de interés, nos guiamos por nuestros valores y un sistema de gestión ético que asegura la prevención y detección temprana de conductas irregulares.

Como empresa estamos comprometidos con la sostenibilidad, siendo conscientes de nuestro rol público. Por ello, participamos gremialmente en organizaciones que fomenten la responsabilidad y ética corporativa, como la Cámara Chilena de la Construcción (CCHC), en donde contribuimos con nuestros 48 años de experiencia y nos retroalimentamos con buenas prácticas que van en directo beneficio de nuestras operaciones, colaboradores, proveedores y clientes. En el caso de la CCHC esta alianza es una instancia mensual donde los distintos proveedores pueden informarse y relacionarse sobre lo que ocurre en el mercado de la construcción.

## 3.2 Directorio

GRI:2-9;2-12;2-13;2-14;2-16;2-24

Nuestro directorio es el máximo órgano de gobierno y responsable de la administración de la empresa. 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 a los compromisos tomados con los accionistas, dentro de los cuales se incluyen el respeto por los derechos humanos, la vigilancia de la debida diligencia, la gestión de riesgos y el compromiso por mantener una estrategia sostenible. Todas estas temáticas son revisadas una vez al año por el directorio.

Además, está a cargo de la aprobación de la metodología del reporte de sostenibilidad y materialidad, ambas propuestas por una consultora que revisa cada cinco años los temas materiales, los que son validados por el Comité Ejecutivo previamente. El directorio también aprueba anualmente los reportes de sostenibilidad previo a su publicación.

El directorio delega en la plana ejecutiva la responsabilidad de implementar lineamientos y asegurar el cumplimiento de las metas de la empresa en sus tres pilares estratégicos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad. Por ello, la plana gerencial mantiene canales de comunicación abiertos con los diferentes grupos de interés y, especialmente, con sus trabajadores, quienes normalmente canalizan sus inquietudes a través de los encargados de recursos humanos de cada tienda. De esta manera, se supervisan y gestionan los impactos dentro y fuera de la organización.

En el caso específico de las inquietudes críticas, éstas se informan a la comisión de auditoría, en donde se incluye la gestión del canal de integridad. Esta información es revisada por el directorio una vez al año.

### Composición del directorio

GRI:2-10;2-11;2-15;405-1

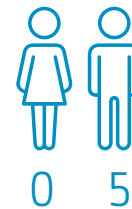
El directorio está compuesto por siete directores titulares (sin suplentes), donde uno de ellos ocupa la figura de director independiente de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Esto significa que este director no posee acciones de la empresa.

### Diversidad en el directorio

Menos de 30 años



Entre 30 y 50 años



Mayores de 50 años



Total



Los miembros del directorio son elegidos cada tres años por la Junta de Accionistas y sesiona cada dos meses. Ellos representan tanto la participación que posee Inversiones Orgalla S.A. como la de Sodimac S.A. La elección del directorio se basa en la experiencia en el negocio, confianza con los accionistas y las competencias pertinentes.

Cabe mencionar que ninguno de los directores ocupa un cargo ejecutivo en Imperial, y por otro lado, ninguno presenta alguna discapacidad.

## Directorio 2022



### Juan Pablo del Río Goudie<sup>4</sup> **Presidente**

Arquitecto de la Pontificia  
Universidad Católica de Chile.  
Rut: 5.898.685-2  
Fecha de nombramiento:  
19/05/2021  
Chileno  
Independiente: No  
Director desde el año 2007

<sup>4</sup>El presidente no es un alto ejecutivo de la organización, por lo que no constituye conflicto de interés.

<sup>5</sup>De forma paralela se desempeña como Gerente General Corporativo de SODIMAC

<sup>6</sup>También es Gerente General de SODIMAC

<sup>7</sup>Se desempeña además como Gerente Comercial y de Marketing Corporativo de SODIMAC



### Alejandro Arze Safian<sup>5</sup> **Director**

Ingeniero Comercial  
Rut: 12.232.048-0  
Fecha nombramiento:  
19/05/2021  
Chileno  
Independiente: No  
Director desde el año 2020



### Valentín Carril Muñoz **Director**

Ingeniero Comercial  
Rut: 6.617.883-8  
Fecha de nombramiento:  
19/05/2021  
Chileno  
Independiente: Sí  
Director desde el año 2007



### Margarita Cabo Osmer **Directora**

Diseñadora Industrial  
Rut: 6.245.249-8  
Fecha de nombramiento:  
19/05/2021  
Chilena  
Independiente: No  
Director desde el año 2007



### Eduardo Mizón Friedemann<sup>6</sup> **Director**

Ingeniero Civil Industrial  
Rut: 9.586.083-4  
Fecha nombramiento:  
19/05/2021  
Chileno  
Independiente: No  
Director desde el año 2007



### Francisco Torres Larraín<sup>7</sup> **Director**

Ingeniero Civil Industrial  
Rut: 7.006.016-7  
Fecha nombramiento:  
19/05/2021  
Chileno  
Independiente: No  
Director desde el año 2007



### Enrique Cabo Osmer **Director**

Ingeniero Comercial  
Rut: 6.245.248-k  
Fecha de nombramiento:  
19/05/2021  
Chileno  
Independiente: No  
Director desde el año 2013



## Capacitaciones y evaluación del Directorio

GRI:2-17

Como parte del programa de sostenibilidad, y para incrementar los conocimientos y habilidades del directorio, se contemplan capacitaciones a directores en temas de sostenibilidad y riesgos, a través de cursos, webinar y charlas.

Durante 2022 se desarrollaron dos webinar, uno sobre sostenibilidad y un curso de Control de Riesgos y Estrategias de Compliance.

Como medida preventiva, la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A. anualmente realiza una campaña obligatoria para los directores y principales ejecutivos de la empresa donde deben realizar una declaración de conflicto de interés, en la cual deben explicitar si eventualmente tuvieran algún problema con alguno de nuestros proveedores, clientes y/o competidores. También, cada cinco 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 de ningún centro de pensamiento.

## 3.3 Comités del directorio

GRI:2-9

Contamos con nueve comités que nos permiten agilizar y consensuar la toma de decisiones estratégicas del directorio, velando siempre por el bien común de la compañía y los grupos de interés que forman parte.

Los comités están conformados por la alta administración, quienes aportan el profesionalismo y conocimiento para el buen funcionamiento del negocio. Además, en gran parte de los comités se suman miembros de vital importancia para la organización como el contralor, subgerencias y jefaturas. La diversidad de miradas garantiza la continuidad del negocio y un gobierno corporativo robusto.

Durante 2022, se crean dos nuevos comités: el Comité de Seguridad de la Información y el Comité de Diversidad e Inclusión. Estos comités resguardan la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de nuestros clientes, además de garantizar valores fundamentales dentro de la sociedad y la organización, como es la inclusión y diversidad, apreciando la diferencia entre las personas.



### Comité de Gestión

- 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.

Comité encargado de generar recomendaciones sobre riesgos, toma de decisiones y metas corporativas. También es responsable del análisis y supervisión de nuestras políticas, protocolos y procedimientos, contribuyendo así con la gobernanza y rendimiento de la empresa.



### Comité Ampliado de Crédito

- Director
- 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
- 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.



### Comité de Tributario

- 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

- Gerente General
- Gerente de Operaciones
- Contralor, Gerente de Administración
- Gerentes Zonales
- Gerente de Logística
- Subgerente de Prevención de Riesgos
- Subgerente de Logística
- Jefe de Departamento de Prevención de Riesgos
- 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 Directores de Sostenibilidad

- Directora de Sostenibilidad
- Director Invitado
- Gerente de Sostenibilidad y Compliance Corporativo Sodimac
- Comité ejecutivo Imperial
- 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.



### Comisión de Auditoría

- 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
- 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

- 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.

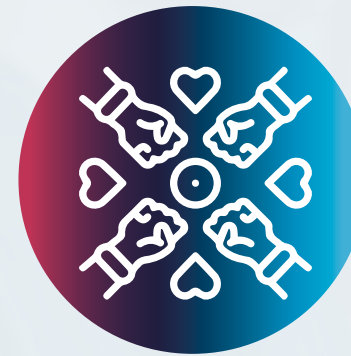
## Nuevos Comités 2022



### Comité de Seguridad de la Información (SI)

- Gerente General
- Gerente de Administración y Finanzas
- Gerente de Operaciones, Gerente Canal Digital
- Gerente TI
- Contralor
- Subgerente de Procesos y Sostenibilidad

Aprueba normas y procedimientos de seguridad de la información.  
Supervisa y controla el plan de seguridad de la información.  
Vela por el cumplimiento de las políticas, normas y procedimientos relacionados con seguridad de la información.



### Comité de Diversidad e Inclusión

- Gerente de Personas
- Subgerente de Personas
- Subgerente de Desarrollo Organizacional
- Subgerente de Prevención
- Gerente Zonal Tiendas
- Contralor
- Subgerente de Contabilidad
- Gerente Tienda Reñaca
- Jefe de Remuneraciones
- Encargada de Capacitación
- Subgerente de Transporte
- Subgerente de Operaciones y Plantas
- Subgerente de Procesos y Sostenibilidad
- Subgerente de Producción y Operaciones TI

Define el plan de trabajo anual y sus diferentes acciones de concientización, sensibilización y comunicación para construir un ambiente de trabajo inclusivo, diverso y equitativo.

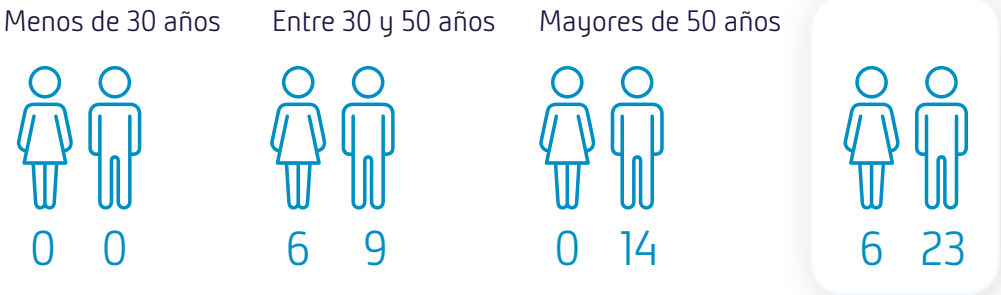
# 3.4 Principales ejecutivos y administración

GRI:2-9;2-13;405-1

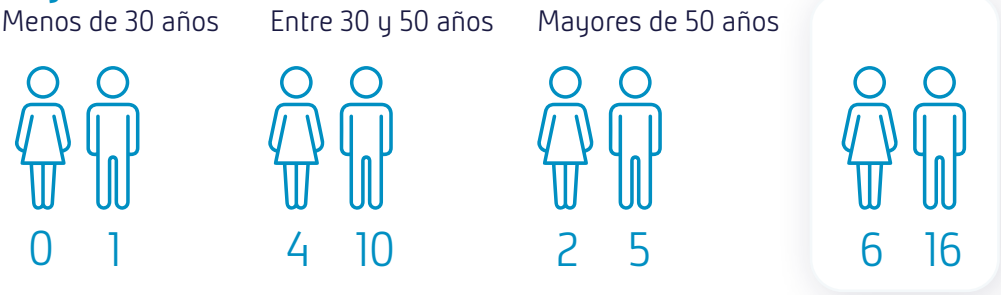
La administración se encuentra compuesta por 40 hombres y 12 mujeres, en los cargos de gerentes, subgerentes y contralor, todos de nacionalidad chilena, encabezada por el Gerente General, a quien le reportan el resto de las gerencias y es apoyado por Contraloría. El Gerente General le reporta directamente al directorio de Imperial.

## Diversidad en la administración 2022<sup>8</sup>

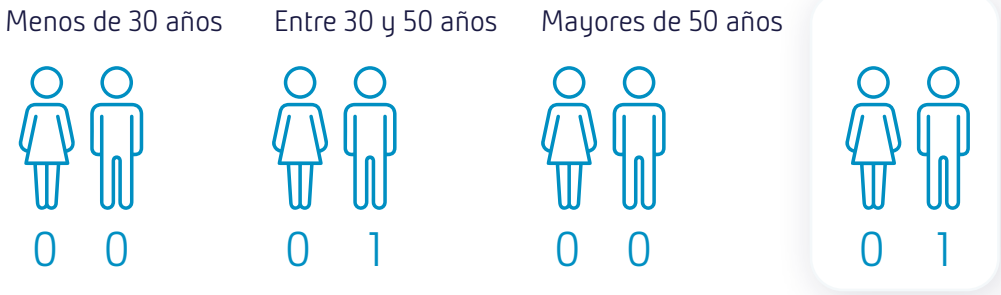
### Gerentes



### Subgerentes



### Contralor

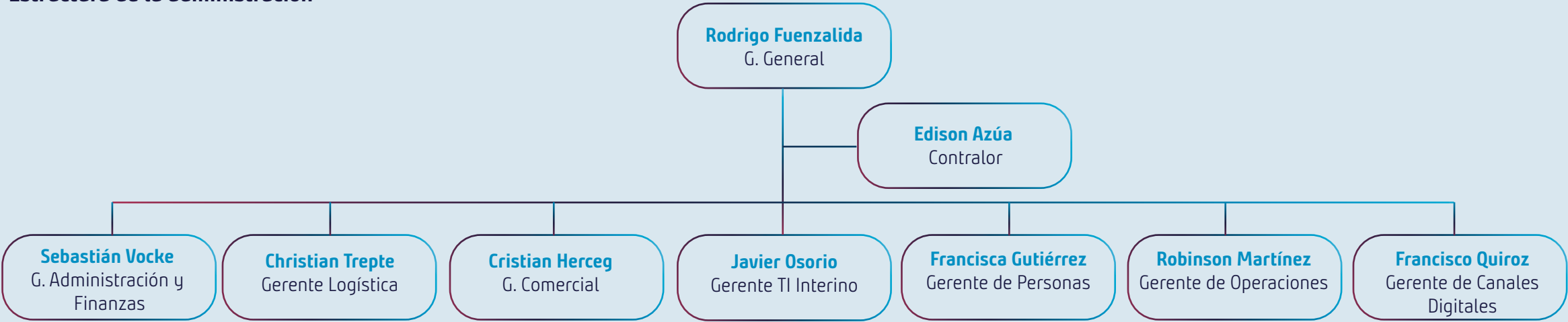


<sup>8</sup>Considera también a otros gerentes que le reportan directamente a la gerencia de cada área.

El equipo gerencial es responsable de la operación de Imperial, determinando los lineamientos comerciales, legales, operacionales, comunicacionales, de marketing y de sostenibilidad, dando así cumplimiento a lo estipulado por el directorio y los compromisos tomados con nuestros accionistas.

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

### Estructura de la administración



## 3.5 Ética, transparencia e integridad corporativa

GRI: 2-24

### a) Código de Integridad

Desde nuestros orígenes hemos trabajado para establecer una cultura basada en valores y un actuar ético. Para mantener esta tradición, contamos con un código de integridad que busca guiar nuestro quehacer siguiendo los más altos estándares en ética, transparencia, probidad, siendo sostenibles cautelando un buen gobierno corporativo.

El motor de Imperial es que nos sigamos sintiendo orgullosos de pertenecer a una empresa que no solo declara cumplir con buenas prácticas, sino que se esfuerza constantemente por actuar de forma ética y responsable con sus grupos de interés.

El alcance del código aplica a todos nuestros colaboradores, independiente de su posición, además de ser promovido entre proveedores y terceros en general.

### Principales ejes del código de integridad



Cumplir siempre con la ley y la normativa interna de Imperial



Liderar con integridad y siempre con el ejemplo



Mantener un clima laboral sano, que incentive el comportamiento íntegro y un ambiente de confianza



Preguntar antes de actuar si es que se tiene dudas, reportar lo que está mal y colaborar en investigaciones de la empresa

## Gobernanza de la integridad



### Gerencia de Ética

Área encargada de velar por el buen funcionamiento del Programa de Ética y el fiel cumplimiento del CI, gestionando consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial. Además, desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objetivo de orientar a los colaboradores.



### Comité de Ética

Su objetivo es supervisar la eficiencia del Programa de Ética y está conformado por el Gerente General, el Jefe de Cumplimiento Legal, Gerente de Adm. y Finanzas, el Gerente de Personas y el Gerente de Auditoría.



### Consejeros de Integridad

Son colaboradores que han recibido entrenamiento especial y están capacitados para asesorarnos en temas de integridad, aclarando dudas e inquietudes, además de canalizar de forma confidencial las denuncias que se plantean.



### Oficial de Ética

Es aquel colaborador designado por el Gerente General para que actúe de interlocutor entre la empresa y el Gerente de Ética.



## Mecanismos de consulta y denuncia

GRI:2-25

Para cumplir con los más altos estándares en ética, integridad y transparencia, proveemos con nuestros grupos de interés y colaboradores una herramienta para denunciar, de forma anónima y confidencial, prácticas contrarias al propósito y a los valores de Imperial. Esta herramienta también sirve como medio de comunicación para que colaboradores y clientes puedan realizar y solicitar asesoramiento sobre conducta ética o jurídica y/o reclamaciones.

La gestión del Canal de Integridad nos permite monitorear el comportamiento y relacionamiento con grupos de interés, además de fortalecer nuestra relación con ellos, identificando posibles brechas y oportunidades de mejora.

El Comité de Directorio es el responsable de dar seguimiento permanente al comportamiento ético de todas nuestras operaciones.

## Canal de Integridad

GRI: 2-26

Contamos con un canal de integridad que pone en práctica nuestros valores y principios, a fin de mantener a nuestros colaboradores y grupos de interés orientados y actualizados sobre esta materia.

Este mecanismo funciona como asesoramiento ante dudas sobre la aplicación de políticas y prácticas de nuestra empresa, y tiene por objetivo mantener una conducta empresarial responsable.

### Canal de Integridad

La empresa dispone de 4 medios por los cuales se puede realizar consultas:



Canal de Integridad dentro de página web de Imperial.



Número telefónico gratuito  
(800726100)



Correo electrónico  
[contactochile@gerenciadeetica.com](mailto:contactochile@gerenciadeetica.com)



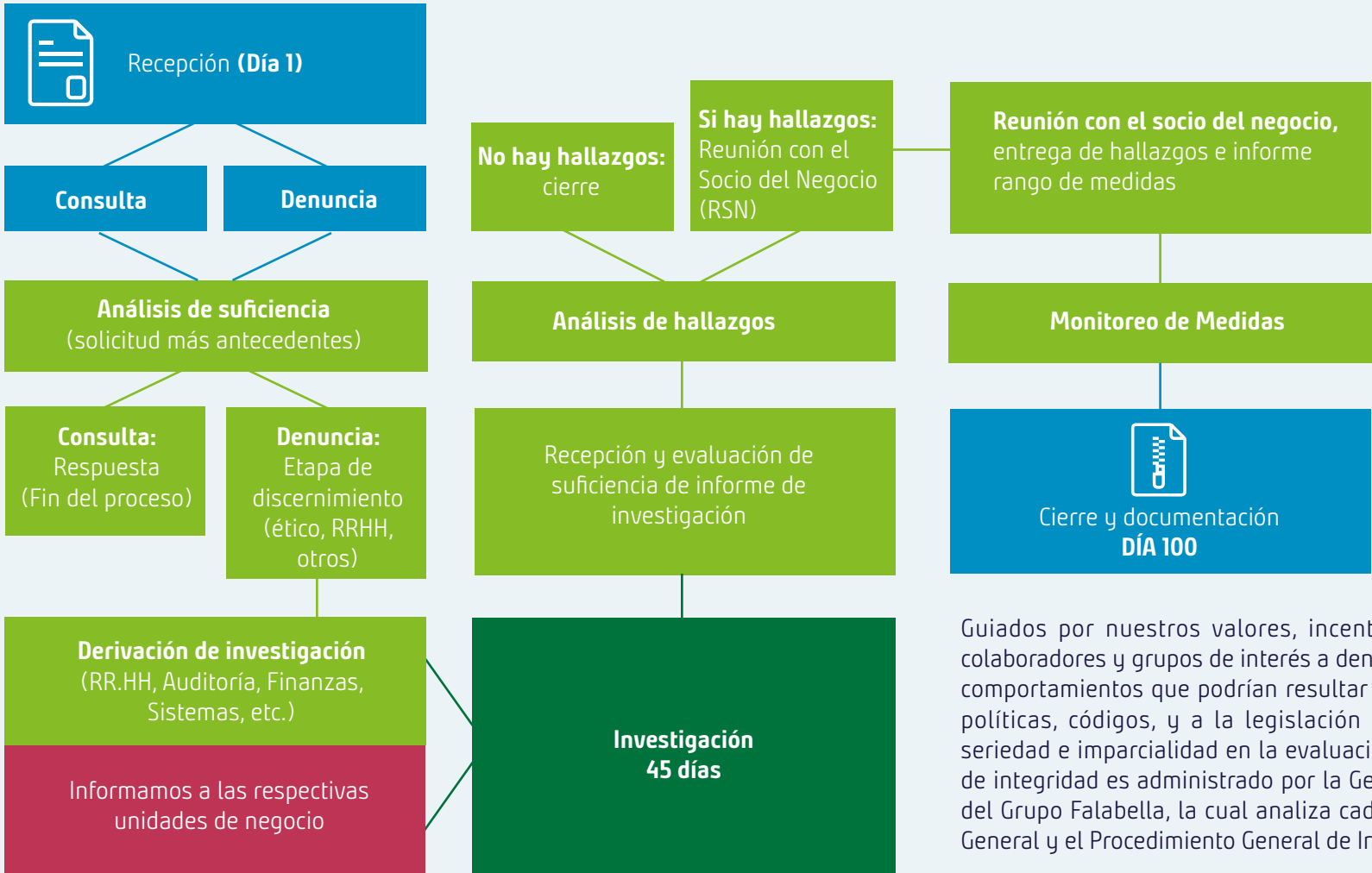
Personalmente acudiendo directamente a las oficinas de la Gerencia de Ética o solicitar entrevista con la Jefa de Cumplimiento Legal.



Cabe mencionar que, en todas las instalaciones, existe un Encargado de Recursos Humanos que, entre otras funciones, está a cargo de resolver y elevar inquietudes de los colaboradores, clientes o proveedores.

Toda la información recibida, sea cual sea el canal, es estrictamente confidencial, resguardando la integridad del colaborador. 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.

¿Cómo funciona el canal de denuncias?



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

### Mecanismo de seguimiento en el Canal de Integridad

El denunciante, sea un colaborador o un externo a Imperial, puede decidir identificarse o permanecer en el anonimato al momento de ingresar la denuncia.

El denunciante también recibirá un código que le permitirá hacer seguimiento al estado de la denuncia a través de nuestra página web, en el apartado de “Consultar estado de un caso”.

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.

INGRESAR NUEVO CASO

Ingresar nuevo caso

CONSULTAR ESTADO DE UN CASO

Código Caso

Contraseña

Consultar

• Olvidé mi contraseña para entrar al sistema

• Olvidé el código del caso

### Otros mecanismos

GRI: 2-25

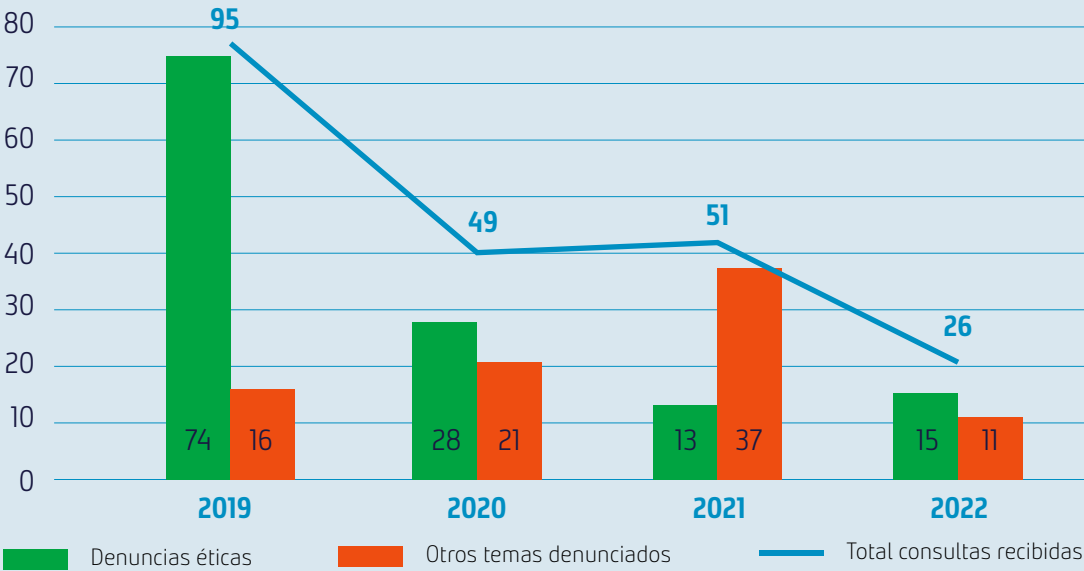
Como parte del seguimiento a las inquietudes y reclamaciones realizadas por nuestros grupos de interés también gestionamos denuncias recibidas por el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) y denuncias recibidas por medio de otros canales como Cartas al Director en diarios locales.

### Gestión de denuncias

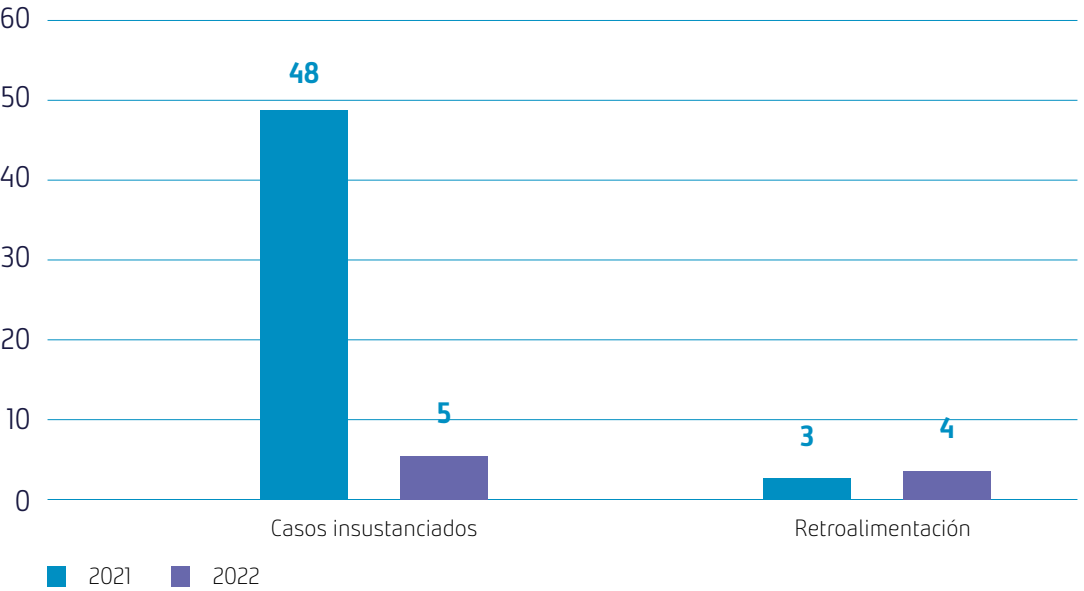
Durante 2022 recibimos un total de 26 denuncias, lo cual es un 49% menor respecto del total de denuncias realizadas en 2021, las cuales fueron 51. De las denuncias recibidas, 17 fueron desestimadas debido a no estar debidamente fundamentadas, mientras que las restantes 9 fueron investigadas. De éstas, 4 resultaron en sanciones y 5 fueron desestimadas.

|      | Denuncias éticas | Otros temas denunciados | Total consultas recibidas |
|------|------------------|-------------------------|---------------------------|
| 2019 | 74               | 16                      | 95                        |
| 2020 | 28               | 21                      | 49                        |
| 2021 | 13               | 37                      | 51                        |
| 2022 | 15               | 11                      | 26                        |

Consultas recibidas entre 2019 a 2022, según tipo



Gestión de denuncias 2021 versus 2022



## b) Políticas Corporativas de Integridad

Tanto la política antisoborno como la de libre competencia y prevención del delito vienen a reforzar la integridad corporativa de Imperial. La responsabilidad de la implementación y mantenimiento de estas políticas 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.

El alcance de estas políticas es aplicable a todo Imperial, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los colaboradores.



### Política Antisoborno

Busca establecer los principios y estándares básicos que guíen el comportamiento de los colaboradores con el fin de mitigar, y en la medida de lo posible evitar que se realicen actividades o conductas que puedan dar lugar a un soborno.



### 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.

El Programa de Prevención de Delitos se guía conforme a lo establecido por los estándares de 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 es certificado por una entidad externa, de acuerdo con los lineamientos definidos por la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A.



### Política de Libre Competencia

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.

Información y capacitaciones sobre ética y anticorrupción 2022

GRI:205-2

100%

El 100% de los colaboradores de nivel ejecutivo y cargos de jefaturas se encuentran informados sobre la política y procedimientos anticorrupción

100%

De los directores se encuentra informado sobre la política y procedimientos anticorrupción

Se encuentran informados sobre medidas anticorrupción 354 colaboradores por región, lo que representa un 34% a nivel país.

| Regiones      | Número de colaboradores informados | % de colaboradores informados respecto del total de colaboradores |
|---------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Coquimbo      | 11                                 | 33%                                                               |
| Valparaíso    | 23                                 | 38%                                                               |
| Metropolitana | 256                                | 36%                                                               |
| O'Higgins     | 11                                 | 31%                                                               |
| Maule         | 12                                 | 34%                                                               |
| Biobío        | 14                                 | 26%                                                               |
| Araucanía     | 14                                 | 22%                                                               |
| Los Lagos     | 13                                 | 29%                                                               |
| Total         | 354                                | 34%                                                               |

Al igual que en el año anterior, en 2022 se desarrollaron capacitaciones para fortalecer las prácticas anticorrupción y fomentar los lineamientos sobre ética.



**Capacitación:** Yo Juego Limpio: Prevención de delito, Libre competencia y Protección de datos personales  
**Fecha:** 11-10-2022  
**Público objetivo:** Jefaturas, Subgerentes, Gerentes, Equipo de Venta Vendedores, Equipo Comercial,  
**N° de participantes:** 251



**Capacitación:** Reforzamiento ético Acoso Sexual y Laboral  
**Fecha:** 06-12-2022  
**Público objetivo:** Equipo RRHH, Jefaturas, Subgerentes y Gerentes  
**N° de participantes:** 128



**Capacitación:** Conflicto de interés, regalos a invitaciones  
**Fecha:** 13-12-2022  
**Público objetivo:** Jefaturas, Subgerentes, Gerentes, Equipo de Venta, Equipo Comercial,  
**N° de participantes:** 251

Cumplimiento normativo

GRI:2-27;205-1;205-3

Las multas son determinadas por organismos fiscalizadores como la Dirección del Trabajo o SEREMI, siendo ellos quienes determinan la sanción conforme a tipificadores de multa y la normativa vigente.

Cabe mencionar que el pago de los impuestos que gravan nuestro quehacer no es solamente una obligación legal sino parte de nuestro compromiso con la comunidad. Por ello, adherimos a la Política Tributaria de Grupo Falabella, garantizando un estricto cumplimiento de las normas impositivas. Por ello, Imperial renuncia al uso de estrategias para evitar el pago de impuesto, paraísos fiscales y transferencias del valor creado a jurisdicciones de bajo impuesto.



Multas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.

0



Multas por incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.

0



Casos de corrupción y riesgos relacionados a ella.

0



Demandas relacionadas con la competencia desleal, prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

0

Total multas 2022

N° de casos que derivaron en multas monetarias

2

N° de casos que derivaron en sanciones no monetarias:

0

TOTAL

2

Total multas 2022 versus 2021

Multas durante

2022

2

Monto \$

1.003.998

Multas durante

2021

2

Monto \$

1.075.471

## 3.6 Derechos humanos y procesos de debida diligencia

GRI:406-1;412-1;412-2



**100%**

De las operaciones sometidas a evaluación de derechos humanos, correspondiente a 17 instalaciones.



**1.739**

Horas destinadas a capacitación en materia de derechos humanos.

**Durante 2022 no hemos recibido denuncias por discriminación**

Como empresa comprendemos la importancia del respeto irrestricto por los derechos humanos. Por ello, durante 2022 se realizó un proceso de análisis de los derechos humanos y la debida diligencia en la empresa, el cual fue aprobado por el directorio en mayo, realizándose las siguientes actividades:

Integración de recomendaciones para la gestión de los DD.HH en la empresa

Identificación de los riesgos en DD.HH para la UN, integrando los resultados en la matriz de riesgos.

Integración de recomendaciones sobre DD.HH en el plan de acción de todas las operaciones a nivel país.

Capacitación a ejecutivos y puestos críticos en debida diligencia de DD.HH

Como resultado, contamos con una Política de Derechos Humanos y Empresa cuyo objetivo es reflejar el compromiso de Imperial por respetar y promover los Derechos Humanos, mediante la definición de aquellos principios y medidas específicas que guiarán nuestro comportamiento para mantener un estándar de observancia en los impactos generados por el desarrollo de nuestras actividades, velando siempre por cumplir con nuestros valores corporativos y normativa interna. El alcance de esta política es aplicable a todos los colaboradores de Imperial. Además, promoveremos a que nuestros proveedores también apliquen la política.

8 Principios de la Política de Derechos Humanos y Empresa



Respeto irrestricto por los DD.HH de NU



Promoción de una cultura organizacional diversa e inclusiva



No discriminación arbitraria



Respeto y reconocimiento de los derechos laborales



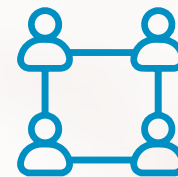
Rechazo del trabajo forzado e infantil



Reconocimiento de la integridad como elemento central de la organización



Promoción de la transparencia



Protección y respeto del medio ambiente



389

Colaboradores recibieron formación en políticas o procedimientos sobre derechos humanos y aspectos de los derechos humanos relevantes para las operaciones, lo que equivale al 36% de los empleados.



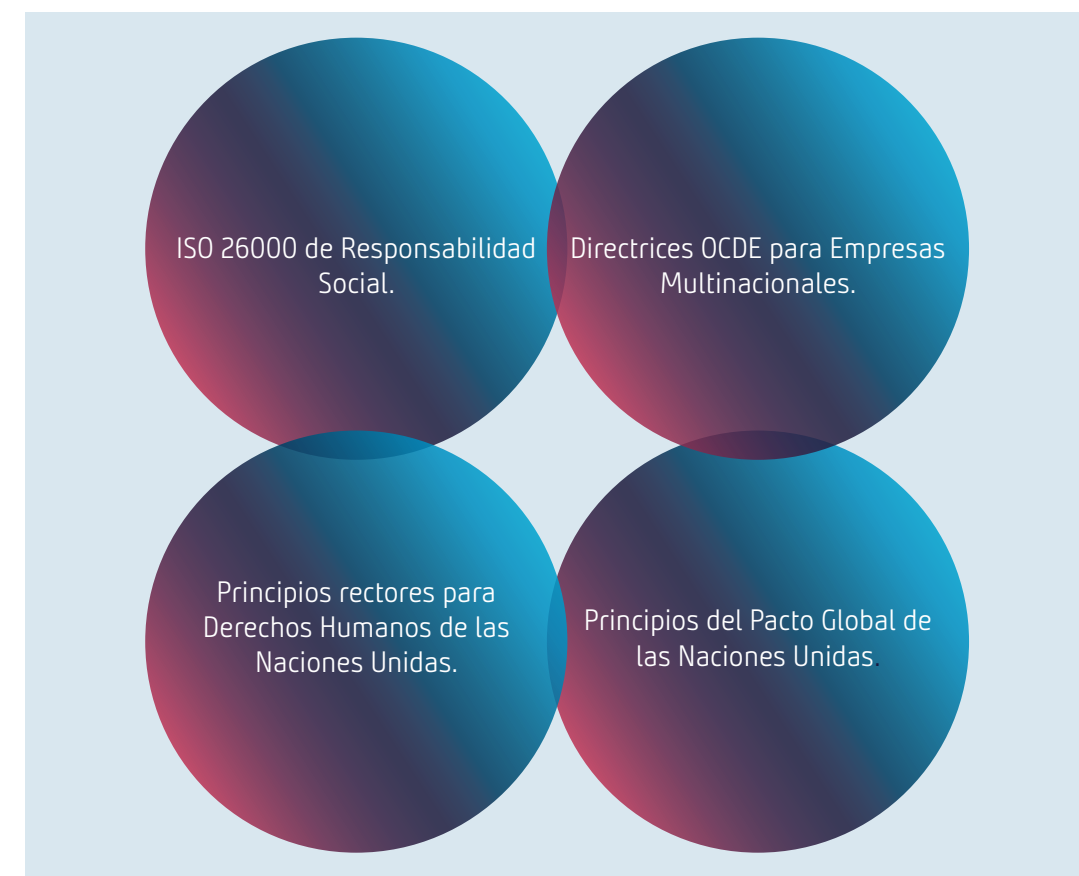
0%

De casos de discriminación en Imperial.

Los principios se materializaron a través de capacitaciones a 389 colaboradores, los cuales destinaron 1.739 horas a informarse sobre los derechos humanos y la debida diligencia.

Cabe mencionar que tanto 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.

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 tratados nacionales e internacionales vigentes, habiéndonos comprometido de manera voluntaria con las siguientes directrices:



## 3.7 Gestión de riesgos

Aplicamos la gestión de riesgos en todas nuestras operaciones a fin de detectar, evaluar y administrar de manera preventiva y oportuna los riesgos, contando con un plan de acción en caso de dificultades. Estas medidas nos permiten tener un panorama completo de los elementos que requerimos para alcanzar nuestros objetivos como negocio.

Durante 2022 se modificaron tanto la Política de Gestión de Riesgos como el Programa de Gestión de riesgos, a fin de enfrentar de mejor manera los riesgos a los cuales se ven expuestas nuestras operaciones, tales como: financieros, económicos, legales, reputacionales, regulatorios, tecnológicos, de salud y seguridad, entre otros). El detectar los riesgos y analizar el grado en que pueden impactar la empresa es determinante para nuestra continuidad operacional y sostenibilidad.

### Política de Gestión de Riesgos

Busca integrar buenas prácticas de gobierno corporativo con la finalidad de disminuir errores, evaluar de mejor manera oportunidades, evitar pérdidas, definir planes de acción para las brechas identificadas, traspasar mejores prácticas a todas las operaciones y fortalecer el ambiente de control, y apoyar la determinación de la estrategia y objetivos estratégicos.

Nuestra política se encuentra alineada con la Gestión Integral de Riesgos implementada en Sodimac Corporativo, para dar cumplimiento a los requerimientos normativos, mejores prácticas y estándares internacionales como COSO ERM, ISO 31000.

### Comité de riesgos

GRI:201-2

Comité responsable de gestionar la implementación de la Política de Gestión de Riesgos, en donde participa el Comité Ejecutivo, quienes sesionan cada tres meses y reportan al directorio anualmente.

En cada sesión, el Gerente General supervisa los riesgos identificados, las medidas tomadas para mitigarlos y prevenir su futura aparición, además de revisar las matrices atinentes.

El comité analiza las siguientes variables:

- Riesgos identificados y levantamiento de nuevos riesgos.
- Revisión del estado de los planes de mitigación.
- Análisis de la existencia o no de controles de riesgo y su eficiencia.
- Solicitud de planes de acción de caso que los controles se evalúen como “no eficientes”.

*Además, contamos con una matriz de riesgos ambientales y de cambio climático, cuyos controles y planes de acción son revisados en los Comités de Riesgos.*

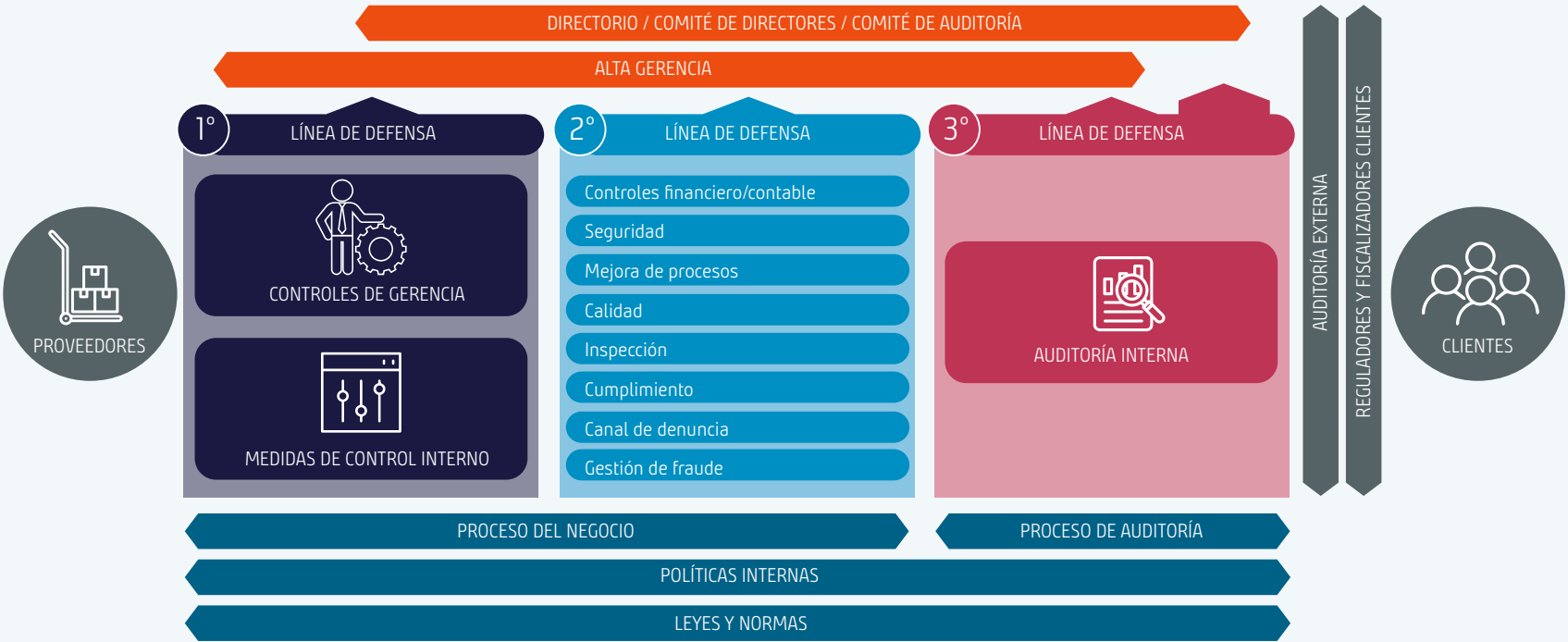
Adicionalmente, existe un comité trimestral en donde los gerentes de primera línea se reúnen con la Subgerencia de Procesos y Sostenibilidad para reportarle a la Gerencia General, a la Gerencia Corporativa de Cumplimiento, y a la Gerencia Corporativa de Riesgos la manera en que estamos gestionando los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

Modelo de Gestión de Riesgos (MGR)

El MGR nos permite alcanzar nuestros objetivos estratégicos adecuando la gestión de los riesgos, contribuyendo a identificar e implementar los controles que permitan su mitigación. En ese sentido, el objetivo del modelo busca consolidar una cultura de riesgo y cumplimiento para apoyar a la consecución de los objetivos estratégicos del negocio, desarrollando un lenguaje común que lleve a otro nivel la comprensión de los riesgos y el cómo cada colaborador se hace cargo en su diario quehacer.

Para ello, se consideran 3 líneas de defensa que permiten identificar los riesgos y generar los controles necesarios para prevenirlos y mitigarlos:



1° Línea de defensa

Corresponde a los controles de riesgos definidos en cada gerencia, la cual debe realizar las siguientes acciones:

- Identificar los riesgos propios de su Gerencia.
- Comunicar los hallazgos al área de riesgo y proveer todos los antecedentes necesarios para una adecuada valoración de estos.
- Tratar los riesgos, diseñando e implementando acciones correctivas (controles).
- Monitorear la efectividad de los controles establecidos que se encuentran bajo su responsabilidad.
- Gestionar los recursos necesarios para la implementación de controles.
- Informar y escalar situaciones que sobrepasen o puedan sobrepasar los límites de apetito de riesgo.
- Evaluar y validar que la información revelada en el análisis de riesgo.

2° Línea de defensa

Proceso llevado a cabo por la Subgerencia de Procesos y Sostenibilidad, la cual debe:

- Respaldo a la dirección en la supervisión de la gestión y garantizar la gestión eficiente del riesgo y control.
- Supervisar la gestión de riesgos y de control, con un propósito claro, apoyar la gestión del negocio en todas sus líneas de acción.
- Asignar roles en nuestros negocios, determinar quién hace qué, en materia de gestión de riesgos y de gestión de controles.
- Evaluar y aprobar las acciones correctivas, orientadas a la mitigación, del riesgo detectado.
- Responsable de mantener, mejorar y dar movilidad al modelo definido para la gestión de riesgos.

3° Línea de defensa

Corresponde al área de auditoría, quien es la responsable de cumplir con los siguientes cometidos:

- Asegurar que las acciones de primera y de segunda línea son consistentes con las expectativas de la alta dirección.
- Controlar con evidencias a la primera y segunda líneas de defensa, reportando estos resultados al más alto nivel.
- Generar retroalimentación ya que esto es factor clave y esencial de la mejora continua a los procesos de negocio y gestión de riesgos

### Gobernanza de los riesgos

Nuestras matrices de riesgos son mapas dinámicos que identifican los riesgos a los que estamos expuestos. El monitoreo y gestión de cada matriz de riesgo es 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 Subgerencia 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.

### Medidas para el control y mitigación de riesgos

Contamos con un plan de auditoría permanente que nos permite monitorear de manera presencial o remota nuestra gestión, identificando de manera temprana conductas y/o situaciones irregulares.

Durante el año 2022 realizamos 111 auditorías, un 9,9% más que las realizadas el año anterior.

### Auditorías realizadas entre 2018-2022

|      |  Presencial |  Remoto | Total |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 2018 | 153                                                                                            | 195                                                                                        | 348   |
| 2019 | 184                                                                                            | 179                                                                                        | 363   |
| 2020 | 80                                                                                             | 12                                                                                         | 92    |
| 2021 | 89                                                                                             | 12                                                                                         | 101   |
| 2022 | 70                                                                                             | 41                                                                                         | 111   |

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.

# 04

CAPÍTULO

## *Equipo Imperial*

4.1 Perfil de los colaboradores

4.2 Prácticas laborales

4.3 Tema material: Empleo, clima laboral y beneficios

4.4 Construyamos Tu Idea: Edición Colaboradores

4.5 Tema material: Formación y desarrollo laboral

4.6 Tema material: Salud y seguridad

4.7 Diversidad e inclusión laboral

4.8 Diálogo social



## 4.1 Perfil de los colaboradores

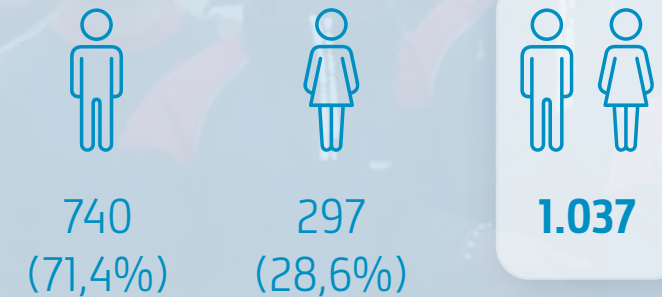
GRI 2-7

En Imperial trabajamos con un equipo humano altamente comprometido en alcanzar los objetivos y cumplir los compromisos adquiridos con nuestros grupos de interés. Su incansable esfuerzo es lo que nos permite brindar a nuestros clientes una experiencia de compra sin igual. Hemos trabajado arduamente para crear un entorno laboral que fomente el potencial de nuestros colaboradores y les permita crecer en su carrera profesional.

Seleccionamos a nuestros colaboradores evaluando sus competencias, potencial y deseo de crecer con nosotros. A través de nuestra Política de Selección y Contratación de Colaboradores, aseguramos un proceso justo y transparente para cada uno de los candidatos, alentando la participación de personas que residan en las comunidades donde se encuentran nuestras instalaciones.

Para garantizar que nuestros procesos de selección sean efectivos, contamos con un Manual de Procedimiento para el reclutamiento y selección de colaboradores, que establece los pasos para identificar las necesidades y elegir a los candidatos más adecuados. Nuestras fuentes de reclutamiento son diversas, y abarcan desde el reclutamiento interno y los job sites hasta las empresas consultoras y la Oficina Municipal de Información Laboral (OMIL). Además, recibimos antecedentes de personas interesadas en unirse a nuestro equipo en cada unidad de negocio.

### Colaboradores por Género



La más alta concentración de colaboradores se encuentra en la región Metropolitana, donde se sitúan la mayor cantidad de nuestras tiendas e instalaciones.

Colaboradores por región y género

| Región               | Hombre |     | Mujer  |     | Total  |      |
|----------------------|--------|-----|--------|-----|--------|------|
|                      | Número | %   | Número | %   | Número | %    |
| Coquimbo             | 23     | 2%  | 10     | 1%  | 33     | 3%   |
| Valparaíso           | 45     | 4%  | 16     | 2%  | 61     | 6%   |
| Región Metropolitana | 500    | 48% | 210    | 20% | 710    | 68%  |
| O'Higgins            | 26     | 3%  | 10     | 1%  | 36     | 3%   |
| Maule                | 24     | 2%  | 11     | 1%  | 35     | 3%   |
| Biobío               | 39     | 4%  | 15     | 1%  | 54     | 5%   |
| Araucanía            | 52     | 5%  | 11     | 1%  | 63     | 6%   |
| Los Lagos            | 31     | 3%  | 14     | 1%  | 45     | 4%   |
| Total                | 740    | 71% | 297    | 29% | 1.037  | 100% |

Nota: Información obtenida a través de la plataforma de remuneraciones REXMAS para el periodo contemplado al cierre de diciembre 2022.

Total de colaboradores fijos y temporales

|                             | Hombres | Mujeres | Total |
|-----------------------------|---------|---------|-------|
| Empleados a tiempo completo | 732     | 297     | 1.029 |
| Empleados a tiempo parcial  | 8       | 0       | 8     |
| Total                       | 740     | 297     | 1.037 |

Total de colaboradores a tiempo completo y tiempo parcial

|                      | Hombres | Mujeres | Total |
|----------------------|---------|---------|-------|
| Empleados Fijos      | 728     | 292     | 1.020 |
| Empleados Temporales | 12      | 5       | 17    |
| Total                | 740     | 297     | 1.037 |

Conforme a nuestra Política de derechos humanos, inclusión, diversidad y no discriminación nuestros procesos de selección y promoción interna, no consideran 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

Colaboradores por tipo de contrato

|                            | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------------------|------|------|------|
| Indefinido                 | 309  | 296  | 287  |
| Plazo fijo                 | 4    | 5    | 0    |
| Jornada parcial indefinido | 24   | 14   | 10   |
| Jornada parcial plazo fijo | 0    | 0    | 0    |
| TOTAL                      | 337  | 315  | 297  |

|                            | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------------------|------|------|------|
| Indefinido                 | 850  | 749  | 725  |
| Plazo fijo                 | 17   | 33   | 8    |
| Jornada parcial indefinido | 12   | 11   | 7    |
| Jornada parcial plazo fijo | 0    | 0    | 0    |
| TOTAL                      | 879  | 793  | 740  |

## Remuneraciones

GRI 2-19, 2-20

Contamos con un proceso de incentivo salarial a nuestros altos ejecutivos, a través de un modelo basado en KPIS. Este modelo considera tanto los resultados del negocio como los objetivos estratégicos y KPIS que varían año a año. En 2022 los KPIS estuvieron relacionados con objetivos comerciales, financieros, nivel de servicio y diversidad, equidad e inclusión.

Además, contamos con bandas salariales para cada gerencia y nivel de cargo, las cuales se revisan anualmente. Asimismo, tomamos en cuenta la opinión de nuestros colaboradores a través de herramientas de medición de clima laboral que aplicamos anualmente.

En Imperial no discriminamos por género, en cuanto a la remuneración, la misma está sujeta al cargo, independientemente del género de quien lo ocupe, calculamos la remuneración de cada estamento en base al salario mínimo más una remuneración variable asociada a la productividad, por lo que la brecha salarial observada se debe a la remuneración variable por productividad.

Los directores y administradores de Sodimac S.A. que desempeñan funciones similares en la sociedad Imperial S.A. no reciben dieta o remuneración adicional por su trabajo en dichos cargos. En otras palabras, estas personas no reciben una compensación extra por desempeñar este rol.

## Brecha salarial según cargo

| Categoría laboral | Gerentes y ejecutivos principales | Profesionales y técnicos | Trabajadores | Total  |
|-------------------|-----------------------------------|--------------------------|--------------|--------|
| Brecha Salarial   | 67,39%                            | 99,16%                   | 88,87%       | 88,80% |

\*Nota: total pagado en sueldos en entre el 1 de enero y el 31 de diciembre en 2021



## Relación entre salario inicial y salario mínimo

La remuneración bruta promedio mínima en Imperial, a diciembre de 2022, fue de \$830.688 monto superior en un 108% al mínimo legal del país de \$400.000 a diciembre de 2022.

## Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo a diciembre de 2022.

GRI 202-1

Salario categoría inicial (\$)

Ratio



828.723



834.922



2,02



2,09

La remuneración está compuesta en base al salario mínimo más una remuneración variable asociada a la productividad, por lo que la brecha salarial observada se debe a la remuneración variable por productividad.

### Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local

GRI 202-2

Nuestro equipo directivo está conformado por gerentes y subgerentes que residen y trabajan en distintas regiones de Chile, enfocándonos en la contratación local. En 2022, logramos que el 100% de nuestros ejecutivos contratados viven en de las comunidades donde operamos. Además, todos nuestros ejecutivos son de la región en la que desempeñan sus labores, lo que nos permite contar con profesionales altamente capacitados y comprometidos con las realidades y necesidades específicas de cada lugar.

### Número de ejecutivos que viven y trabajan en la región.

| Región        | Número | Porcentaje |
|---------------|--------|------------|
| Coquimbo      | 1      | 1,92%      |
| Valparaíso    | 2      | 3,85%      |
| Metropolitana | 44     | 84,62%     |
| O´Higgins     | 1      | 1,92%      |
| Maule         | 1      | 1,92%      |
| Biobío        | 1      | 1,92%      |
| Araucanía     | 1      | 1,92%      |
| Los Lagos     | 1      | 1,92%      |
| Total         | 52     | 100%       |

### Colaboradores externos

GRI 2-8

En Imperial contamos con personal subcontratado a empresas externas para cubrir posiciones como cajeros(as), guardias, sensores, analistas de inventario, operadores de grúas, ayudantes de máquina, auxiliares de aseo, telefonistas, entre otros.

Durante 2022 la fluctuación de los colaboradores externos se debió principalmente a la temporalidad del mercado ajustándose a los requerimientos de las gerencias para cumplir con el servicio a los clientes.

### Total de colaboradores externos por tipo de trabajo

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| ➤ Ayudantes de máquinas | 10,2% |
| ➤ Cajeros(as)           | 8,9%  |
| ➤ Prevención            | 11,1% |
| ➤ Operario              | 55,7% |
| ➤ Aseo                  | 11,1% |
| ➤ Telefonistas          | 3%    |
| Total                   | 100%  |

Nota: información obtenida mediante los registros internos para el control y facturación de los servicios recibidos.

## 4.2 Prácticas laborales

Tenemos la capacidad de contribuir al progreso de la próxima generación de expertos en soluciones constructivas. Para ello, ofrecemos desde 2008 un Programa de Prácticas Laborales el cual se enfoca en roles operativos, técnicos y profesionales, mediante convenios con instituciones educativas principalmente de las comunidades en donde Imperial está presente.

La Gerencia de Operaciones y Gerencia de Logística, en conjunto con la Gerencia de Personas, identifican las actividades que son adecuadas para recibir a los estudiantes en práctica, establecer las entrevistas de postulación y comprometer a los supervisores directos de los practicantes. Los estudiantes desarrollan actividades en áreas de Operaciones y Logística principalmente, y Administración.

Al ingresar al programa los practicantes son recibidos por la Gerencia de Personas y el gerente del área en la que se integran, quien los induce a la cultura Imperial, y por el prevencionista de riesgos, quien se encarga de la orientación en materia de seguridad y salud laboral.

Además, organizamos seminarios en los Centros de Formación Técnica para compartir nuestra perspectiva sobre el desarrollo de habilidades y la integración en el mundo del comercio minorista. También, nos asociamos con instituciones educativas técnicas para alinear los planes de estudio con las necesidades del sector de la construcción.

En 2022 no hemos realizado contrataciones de colaboradores al finalizar este programa.



**100**

Jóvenes que participaron del programa.



**45**

Estudiantes hombres.



**45**

Estudiantes mujeres.

### Enfoque de gestión tema Material: **Empleo, clima laboral y beneficios**

GRI 3-3

Nos enfocamos por ser un buen lugar para trabajar, ofreciendo un espacio de desarrollo laboral basado en el respeto a la dignidad de las personas, con relaciones fluidas y transparentes, cimentadas en el diálogo y con énfasis en la calidad de vida, bienestar integral y la seguridad de nuestros trabajadores.

Nos regimos por la Política de movilidad interna del Grupo Falabella, la cual potencia el crecimiento profesional de los colaboradores y en donde también nos comprometemos en entregar beneficios atractivos que puedan ayudarnos a retener y atraer nuevos talentos para lograr el éxito a largo plazo, procurando siempre mantener un buen clima laboral y un trato justo.

#### Impactos para el entorno:

##### Positivos:

- Estabilidad laboral.
- Mejoras en las condiciones y la calidad de vida de los trabajadores.

##### Negativos:

- Inestabilidad en el mercado laboral.
- Pérdida de talento

## 4.3 Empleo, clima laboral y beneficios

La Política de Movilidad Interna del Grupo Falabella señala que para postular el colaborador debe contar con una evaluación de desempeño satisfactoria y una antigüedad mínima de un año en su cargo.

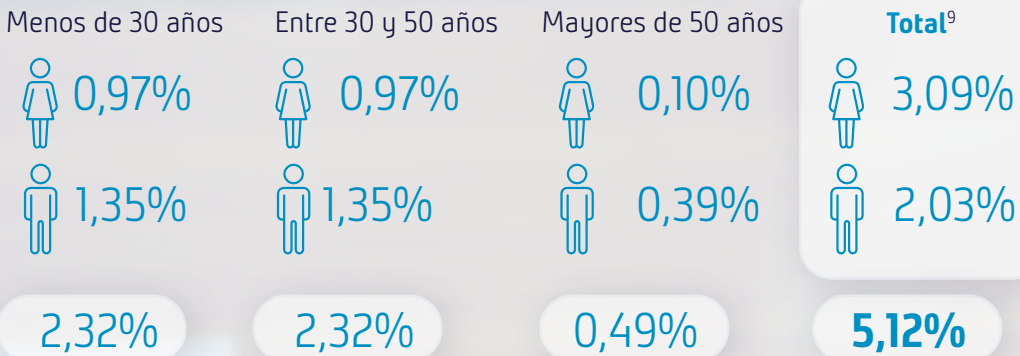
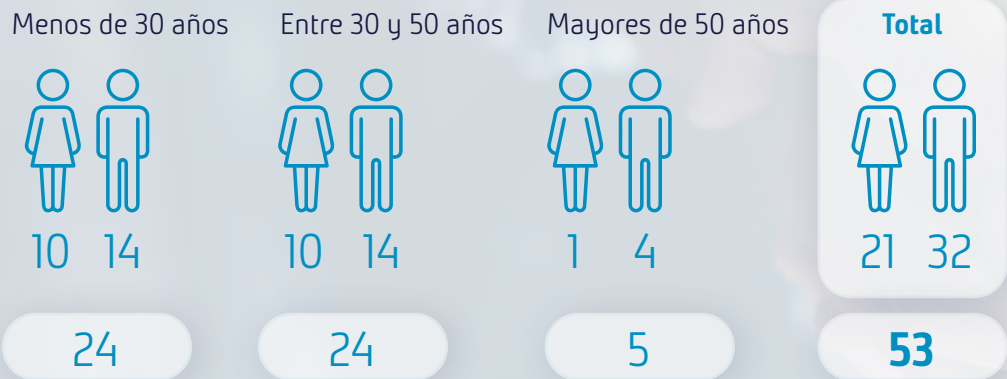
El responsable de la ejecución y cumplimiento de esta política es la Gerencia de Recursos Humanos, tanto para Chile como para todos los países en donde está presente el Grupo Falabella, entregando las facilidades y orientaciones necesarias para su implementación.

En Imperial, esta política se implementa mediante el Procedimiento de Postulación a Concurso Interno, documento que define a los responsables de promover la movilización interna y la transparencia del proceso. Dichos responsables son: gerentes de primera línea, gerentes y subgerentes.

*Durante el año 2022 se produjeron 95 movimientos internos que contribuyeron al crecimiento profesional a través del reconocimiento a la buena gestión. Del total de estos movimientos un 76% corresponde a hombres y un 24% a mujeres.*

### Nuevas contrataciones por rango etario y género

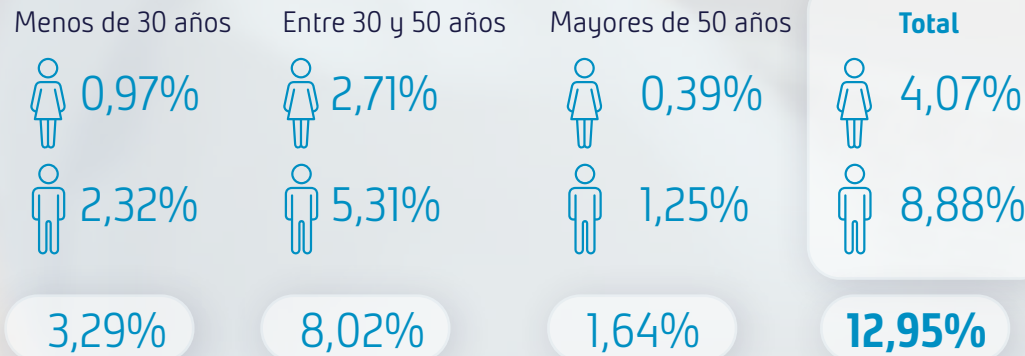
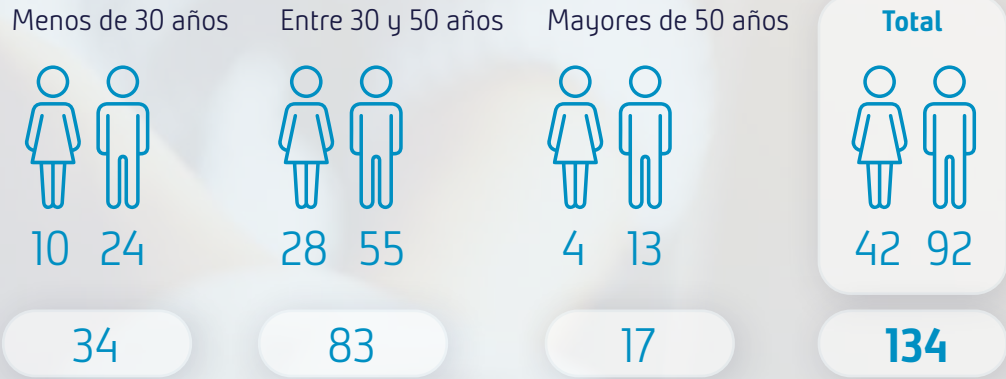
GRI 401-I



<sup>9</sup>Porcentajes están calculados en función de la dotación total al cierre 2022

### Rotación de colaboradores por rango etario y género

GRI 401-I



Beneficios para nuestros colaboradores

GRI 401-2

Entregamos a las personas una serie de beneficios que buscan contribuir a su bienestar y satisfacción:

**DESARROLLO**

**Capacitaciones - Academia Imperial**

A través de la academia Imperial nuestros colaboradores pueden acceder a una malla de formación y desarrollo interno, además de una biblioteca con documentación de distintos temas de interés general.

**Programa de becas Imperial – Becas de Pre y Post Grado**

Este beneficio consiste en cubrir el 50% del arancel para programas de estudios elegidos por el postulante y que tengan atingencia tanto con el cargo del postulante, como con la gerencia a la que pertenece.

**Convenio de estudios en la Cámara Comercio de Santiago (CCS)**

A través de nuestro convenio con la Cámara de Comercio de Santiago, ofrecemos beneficios de descuento sobre el arancel de carreras técnicas, profesionales y diplomados. Beneficio para colaboradores y su grupo familiar.

**Convenio Educación caja de compensación Los Andes**

Este beneficio permite acceder a nuevas alternativas para complementar la educación del colaborador y la de su familia.

**SALUD**

**Seguro complementario de salud (Zurich)**

Beneficio para los colaboradores de jornada completa y parcial y sus cargas familiares. Contempla reembolsos por gastos médicos y financiamiento de copagos no cubiertos por el sistema de salud (Fonasa o ISAPRE).

**Convenio seguro oncológico fundación Arturo López Pérez (FALP)**

Beneficio para los colaboradores de jornada completa y parcial con contrato indefinido y su grupo familiar. Contempla la cobertura sobre tratamientos oncológicos, cirugías y medicamentos, hospitalización, atención ambulatoria, entre otros.

**Fondo enfermedades catastróficas (Zurich)**

Creado con la intención de financiar enfermedades de alto costo, este fondo se activa automáticamente al tener un diagnóstico formal de un médico. Beneficio para los colaboradores de jornada completa y parcial con contrato indefinido y su grupo familiar

**Convenios médicos Asociación Chilena De Seguridad (ACHS)**

Acceso a beneficios y descuentos exclusivos en tratamientos médicos y dentales mediante el portal Mundo ACHS.

**Convenios médicos Caja Compensación Los Andes**

Acceso a beneficios y descuentos en farmacias, tratamientos médicos, salud dental, salud visual y auditiva, salud mental, entre otros.

**Convenios dentales Zurich**

Acceso a precios preferenciales y reembolsos por trámites en salud dental mediante el portal Mundo Zurich.

**Convenio colectivo de Isapre Colmena<sup>10</sup>**

Contamos con un plan colectivo de salud, el cual les entrega distintos beneficios como planes preferentes, planes sin reajuste anual, atención preferencial. Beneficio solo para los trabajadores afiliados a la Isapre Colmena.

<sup>10</sup>Convenio finalizado el 31 de enero de 2023.

Reporte de Sostenibilidad Imperial 2022

70

## CALIDAD DE VIDA



### Caja de Navidad

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



### Precios preferenciales en tiendas Imperial

Este beneficio permite a nuestros colaboradores acceder a precios preferenciales de compra de artículos comercializados en cualquier tienda Imperial, a través de la APP y página web. Beneficio disponible para colaboradores con más de tres meses de antigüedad y contrato indefinido.



### Programa +Días para ti

Este beneficio otorga a los colaboradores días adicionales para su descanso: 31 de diciembre, tarde del 24 de diciembre, 2 días libres por vacaciones de invierno y 3 días de libre disposición. Disponible para colaboradores con contrato indefinido.



### Club de beneficios caja compensación Los Andes

Acceso a bonos pro familia, créditos sociales, seguros de automóviles, educación financiera, cursos y charlas, entre otros, con descuento y promociones especiales.



### Caja de compensación Los Andes

Afiliación a caja de compensación Los Andes, con acceso a todos los beneficios que esta entidad entrega. Beneficio para colaboradores con contrato indefinido.



### Mundo ACHS

Acceso a eventos y webinar a de diferentes temáticas y actualidad a través de la plataforma de Mundo ACHS o de manera presencial.



### Convenio seguro de vida (SECURITY)

Este beneficio busca garantizar la protección del colaborador y de las personas que el colaborador inscribió al momento de completar formulario de designación de beneficiarios. Disponible para colaboradores con contrato indefinido.



### Cuota mortuoria - Apoyo por pérdida de trabajador o familiar directo

Este beneficio entrega al colaborador una compensación económica en caso de fallecimiento de cónyuge, hijos o padres. En caso de fallecimiento del colaborador los familiares directos son quienes reciben esta compensación.

También dispondrán de 2 días hábiles de permiso adicional a los legales, con goce de remuneración, para acompañar a sus familiares. Beneficio disponible para colaboradores con contrato vigente.

## APOYO FINANCIERO



### Convenio cuenta prima Falabella

Mediante este convenio el colaborador puede acceder a una cuenta vista del Banco Falabella desde el primer día de trabajo con acceso a beneficios como costo \$0, transacciones ilimitadas en cajeros automáticos, acumulación de puntos, acceso a "Oportunidad Única" en tiendas Falabella, Sodimac Homecenter y Tottus, entre otros.



### Préstamo de emergencia

Hemos desarrollado un préstamo de emergencia para nuestros colaboradores bajo tres líneas:

- **Gastos médicos:** para cancelar exámenes, medicamentos o procedimientos médicos, cuando éstos se presentan sin dar señales anticipadas que puedan anunciarlo.
- **Vivienda:** se considerarán reparaciones de vivienda en caso de imprevistos fortuitos o de fuerza mayor que no se pueden evitar como incendios, terremotos, inundaciones, daños estructurales o desgaste del material de construcción.
- **Emergencia:** situaciones que no se pudieron proveer con anticipación y que se no se pueden evitar, el cual se evaluará por la Gerencia Directa.

Beneficio para colaboradores con 6 meses de antigüedad y contrato indefinido.



### Curso finanzas personales - Academia Imperial

Con este curso los colaboradores podrán orientarse y desarrollar un plan de acción que les permitirá elaborar presupuestos personales, ahorrar dinero, realizar inversiones, obtener seguros y otros elementos financieros importantes. Beneficio disponible para todos los colaboradores con acceso a Academia Imperial.

## BIENESTAR LABORAL



### Ventas días progresivos

Imperial, de acuerdo con el marco legal, establece la posibilidad de que los colaboradores puedan hacer uso del beneficio de venderle a la compañía estos días correspondientes a vacaciones progresivas.



### Día de cumpleaños libre

Regalamos el día de su cumpleaños a nuestros colaboradores para que celebren junto a sus seres queridos. Disponible para colaboradores con contrato indefinido.

## Premio Espíritu Imperial

En Imperial, nuestro objetivo es recompensar, inspirar y fomentar el trabajo bien hecho, para que nuestros colaboradores se sientan orgullosos de formar parte de nuestra empresa y contribuir a su éxito. Cada año, las jefaturas de cada área seleccionan a los cuatro colaboradores destacados, quienes son evaluados y calificados mediante un instrumento de evaluación. Posteriormente, los ganadores de cada jefatura son presentados a un comité de calificación para seleccionar a los mejores del período.

Los colaboradores ganadores (cuatro por grupo) reciben un incentivo monetario y un diploma de reconocimiento. Además, tienen la oportunidad de optar al premio anual de representación como el mejor de su área, siendo reconocidos entre los 21 mejores del período. Por último, pueden aspirar a convertirse en uno de los seis mejores representantes, con un premio final y el honor de ser reconocidos en la Ceremonia Anual de Espíritu Imperial.

Para ser elegibles, los colaboradores deben tener al menos un año de antigüedad en la empresa, su hoja de vida debe ser revisada, y no deben tener historial de ausentismo ni amonestaciones, entre otros requisitos. Además, deben obtener una evaluación de desempeño que cumpla con los estándares de satisfacción establecidos en el formulario de evaluación.



## Caminatas Imperial

En 2022 llevamos a cabo caminatas en las tiendas, plantas y centros de distribución de Imperial en todo Chile, contando con la participación de más del 80% de nuestros colaboradores. Aquellos que no pudieron unirse a las caminatas se debieron a motivos como vacaciones, permisos o licencias.

Estas caminatas se llevaron a cabo siguiendo un programa establecido, el cual fue enriquecido a medida que avanzábamos en el proceso. Uno de los principales objetivos de estas caminatas fue difundir nuestro propósito, valores, potenciar nuestros beneficios e instancias de desarrollo para nuestros colaboradores. A su vez, nos permitió escuchar activamente a nuestros colaboradores, brindándoles la oportunidad de expresar sus ideas y sugerencias. Utilizamos estas caminatas como una valiosa herramienta de comunicación para identificar áreas de mejora y mantener a nuestros colaboradores siempre involucrados en el desarrollo de la empresa.

Gracias a esta práctica, hemos logrado mejorar diversos aspectos de Imperial, al difundir contenidos relevantes para los colaboradores, como beneficios, instancias de desarrollo y formación, entre otros.

## Permiso parental

GRI 401-3

### Empleados con derecho a permiso postnatal en 2022

20

11

31

### Empleados que hicieron uso del permiso postnatal en 2022

20  
(1,93%)

11  
(1,06%)

31  
(2,92%)

**Great  
Place  
To  
Work®**

## Great place to work

Por segundo año consecutivo hemos mejorado nuestra puntuación en el ranking Great Place to Work (GPTW) obteniendo 71 puntos lo cual refleja un crecimiento de +7 puntos respecto del 2021. Esto demuestra un avance notable en la percepción y satisfacción de nuestros colaboradores, lo cual es fundamental para crear un entorno de trabajo saludable y productivo.

Este logro refleja nuestros esfuerzos por cultivar una cultura organizacional positiva, promover el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, y establecer prácticas laborales basadas en el respeto, la inclusión y el bienestar. Se invitó a participar a un total de 1.076 colaboradores. La tasa de participación alcanzó un 87.83%, lo que refleja un alto grado de compromiso por parte de nuestros colaboradores. Es importante tener en cuenta que el margen de error asociado a esta medición es de +-1%, lo que garantiza la precisión de los resultados obtenidos.

En cuanto a las definiciones utilizadas en la evaluación, se consideraron dos aspectos fundamentales. En primer lugar, se indagó sobre la visión del área de cada colaborador, solicitándoles su opinión acerca de su área de trabajo y el liderazgo directo que los guía en su desempeño diario. En segundo lugar, se exploró la visión corporativa, invitándolos a expresar su opinión acerca de la organización en su conjunto y las personas que la dirigen. Estas definiciones permitieron obtener una visión completa y detallada de la percepción de nuestros colaboradores tanto a nivel de sus áreas específicas como de la empresa en su conjunto.

## Resultados GPTW 2022

71%

### Visión área

Qué opina de su equipo y jefatura directa.

65%

### Visión Corporativa

Qué opina de la organización como un todo y los líderes que la dirigen.

6%

GAP

68%

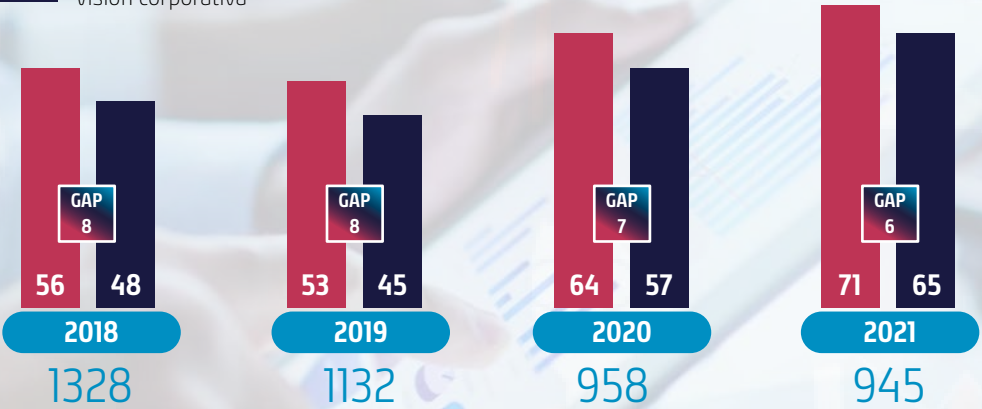
PROMEDIO

Crecimiento histórico de los últimos cuatro años



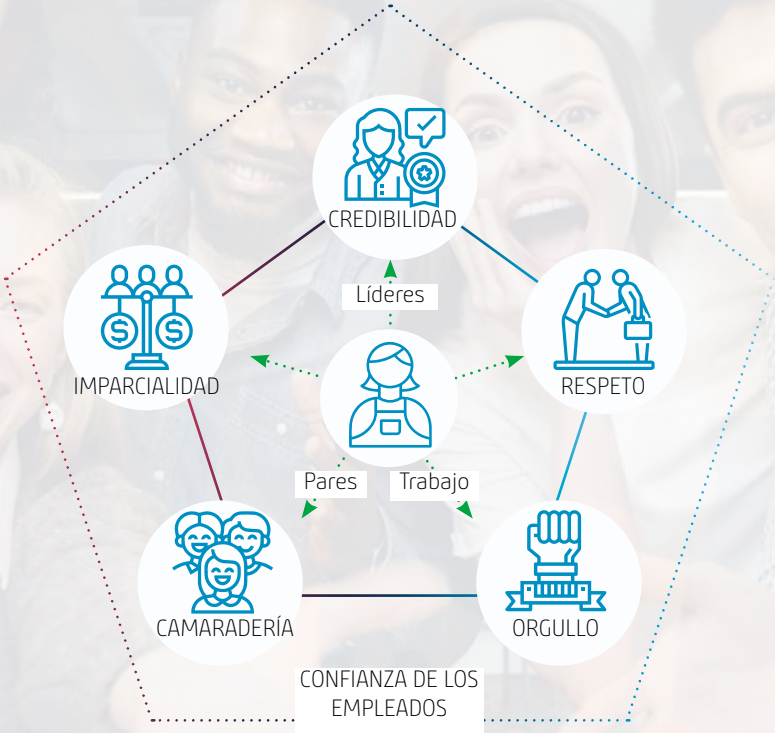
Imperial - Histórico

■ Visión aérea  
■ Visión corporativa



Dimensiones del Modelo

Relaciones basadas en la confianza



GRI:402-I  
Todo cambio operacional significativo dentro de nuestra organización, lo informamos con 5 semanas de anticipación, con el fin de mantener relaciones claras y de confianza con nuestros colaboradores.

## 4.4 Construyamos Tu Idea: Edición Colaboradores

Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, desarrollamos la convocatoria "Construyamos tu Idea 2022 Edición Colaboradores". Esta iniciativa brinda la oportunidad de postular a un fondo concursable que tiene como propósito llevar a cabo mejoras en sus viviendas.

El programa se enfoca en seleccionar proyectos que tengan como objetivo impactar de manera positiva en la calidad de vida de nuestros colaboradores, ya sea a través de mejoras estéticas o de infraestructura en sus hogares. Para formar parte de este programa, los colaboradores postularon sus proyectos de mejora para sus viviendas, presentando la documentación requerida, como material fotográfico y videos de las áreas a renovar.

La selección de los proyectos estuvo a cargo del Subgerente de Procesos y Sostenibilidad, junto con el Comité de Sostenibilidad, y se realizó en dos etapas:

- Evaluación de admisibilidad: se verificó el cumplimiento de los requisitos y documentos solicitados de todos los postulantes.
- Evaluación de proyectos: se tomó en cuenta el problema a resolver que presentaba el proyecto postulado, el impacto en calidad de vida del postulante y su familia, y el resultado esperado del proyecto.

Tres colaboradores fueron seleccionados y se les otorgó la oportunidad de hacer realidad sus proyectos, gracias a la financiación de materiales y productos disponibles en las tiendas de Imperial y su página web, por un valor de \$1.500.000 cada uno. La implementación de los proyectos seleccionados se llevó a cabo desde el 17 de octubre de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2022, fecha de cierre del proyecto.

### Ganadores



María Carolina Cruz Herrera



Giovanna Andrea Pávez Barrera



Carolina Estefanía López Toledo

➤ **\$ 4.500.000**  
de inversión total en el proyecto

➤ **37**  
participaron de la convocatoria

➤ **3**  
premios adjudicados



## Enfoque de gestión tema Material:

### Formación y desarrollo laboral

GRI 3-3

Al invertir en formación y desarrollo se puede mejorar la productividad, eficiencia y calidad de su trabajo, lo que a su vez contribuye al éxito de la organización. Además, al proporcionar estas oportunidades, mejora la satisfacción y motivación de los colaboradores, lo que puede mejorar la retención de talentos y reducir la rotación laboral. Esto también fomenta un ambiente de trabajo positivo, en el que los empleados se sienten valorados y apreciados.

En Imperial nos esforzamos por mantener a nuestros equipos de trabajo con alto nivel de motivación, compromiso y dotados de las herramientas necesarias para tener éxito en sus labores diarias. Es por ello, que hemos implementado un plan de formación y crecimiento profesional que se apoya en un programa de capacitación y en la evaluación de desempeño.

#### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Estabilidad laboral.
- Mejoras en las condiciones y la calidad de vida de los trabajadores.



#### Negativos:

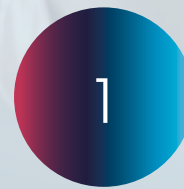
- Inseguridad laboral.
- Búsqueda permanente de nuevas y mejores ofertas laborales.
- Migración de buenos profesionales.
- Obsolescencia de la mano de obra/talento.

# 4.5 Formación y desarrollo laboral

## Programa de capacitación

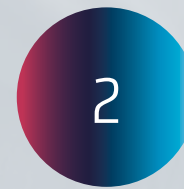
GRI 404-2

En 2022 pusimos el foco en las temáticas que fortalecen y actualizan los conocimientos especializados y las habilidades de nuestros colaboradores, permitiendo profundizar el conocimiento en diferentes áreas agrupando la información en cuatro categorías:



### Fortalecimiento de habilidades blandas y duras

Permiten que los equipos sean más productivos a través del uso de herramientas, la comunicación y el desarrollo del pensamiento crítico favoreciendo un ambiente más analítico y preparado para el cambio.



### Desarrollo del liderazgo y auto liderazgo

Permite contar con personas que tengan habilidades de líderes para agilizar los procesos y sobre todo lograr un mejor lugar para trabajar, apoyándonos en el trabajo colaborativo de equipo.



### Transformación digital

Formación para abordar la transformación digital y enfrentar el cambio con herramientas que estén a la vanguardia, automatización de procesos y entornos digitales seguros.



### Desarrollo de habilidades relacionales

Apuntan a fortalecer el clima laboral a través de las relaciones interpersonales, capacidad de trabajo en equipo y colaborativo, comunicaciones asertivas y otras técnicas de manejo e interacción en el ámbito laboral.

### Programa de becas Imperial

En Imperial hemos diseñado el Programa de Becas, liderado por la Subgerencia de Desarrollo y Capacitación, que ofrece los siguientes beneficios:



#### Beca para cursos de postgrado

Este programa está enfocado en potenciar el desarrollo de colaboradores que cuentan con un excelente desempeño laboral y quieran especializarse en áreas clave de nuestra operación.

Esta beca cubre el 50% del arancel del programa, con un tope de UF 70 por colaborador beneficiado.



#### Beca para cursos técnicos y de pregrado

Esta beca tiene como objetivo fomentar la formación académica de nuestros colaboradores, financiando la matrícula y el 50% del arancel anual del programa de estudios, con un tope de un millón de pesos por participante. Está dirigido a colaboradores que cuenten con un contrato indefinido y una antigüedad mínima de 12 meses al momento de postular al programa.

### Media de horas de formación por área 2022

GRI 404-I

| Categoría laboral        | Promedio horas Hombres | Promedio horas Mujeres | Promedio Total |
|--------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| Administrativos          | 116                    | 98                     | 107            |
| Comercio                 | 85                     | 101                    | 92             |
| Gerentes                 | 20                     | 29                     | 22             |
| Montaje                  | 29                     | 0                      | 29             |
| No calificado            | 22                     | 0                      | 20             |
| Técnicos                 | 67                     | 37                     | 57             |
| Profesionales            | 50                     | 22                     | 36             |
| <b>Total media horas</b> | <b>55</b>              | <b>71</b>              | <b>60</b>      |

### Promedio de horas de capacitación por colaborador 2022.



El incremento sustancial de las horas destinadas a capacitación por colaborador en 2022 se debe a la reactivación de muchas actividades post-pandemia, además del fortalecimiento del área.

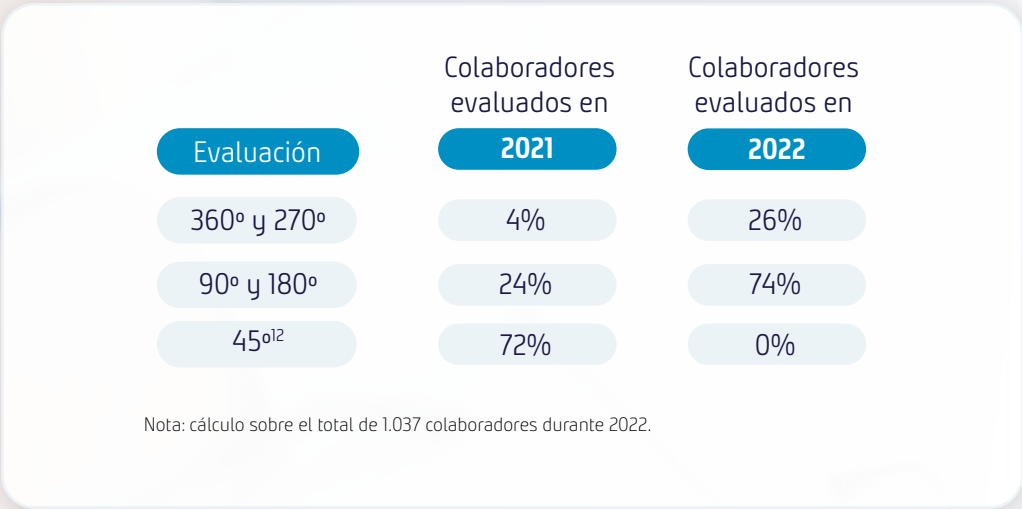
Evaluación de desempeño

GRI 404-3

Durante 2022, llevamos a cabo la evaluación de desempeño<sup>11</sup> al 83% de nuestros colaboradores. Este proceso nos brindó la oportunidad de trabajar de manera más cercana en los planes de acción específicos de cada gerencia. El 17% restante de los colaboradores corresponde a personas que no cumplen con la antigüedad mínima para ser evaluados (habiendo ingresado hasta el 1 de octubre del 2021), con licencias extendidas o que fueron finiquitados en el transcurso del proceso de evaluación de desempeño.

Todas las evaluaciones realizadas cumplen con las normas establecidas en nuestro Código de Integridad, reforzando la importancia de conducirnos de manera transparente, haciendo lo correcto para la sociedad y nuestras comunidades, manteniendo la confianza de nuestros proveedores y clientes, y fomentando una cultura laboral inclusiva.

Cada uno de nuestros colaboradores fue calificado mediante una evaluación desarrollada específicamente para el cargo que ocupan, las cuales se dividen de la siguiente manera:



Evaluación 360°

Esta medición de desempeño considera la evaluación de pares, equipos a cargo, supervisores, jefes directos y clientes además una autoevaluación.



Evaluación 270°

Se compone de una autoevaluación, evaluación de la jefatura directa y la evaluación de pares y clientes.



Evaluación 90°

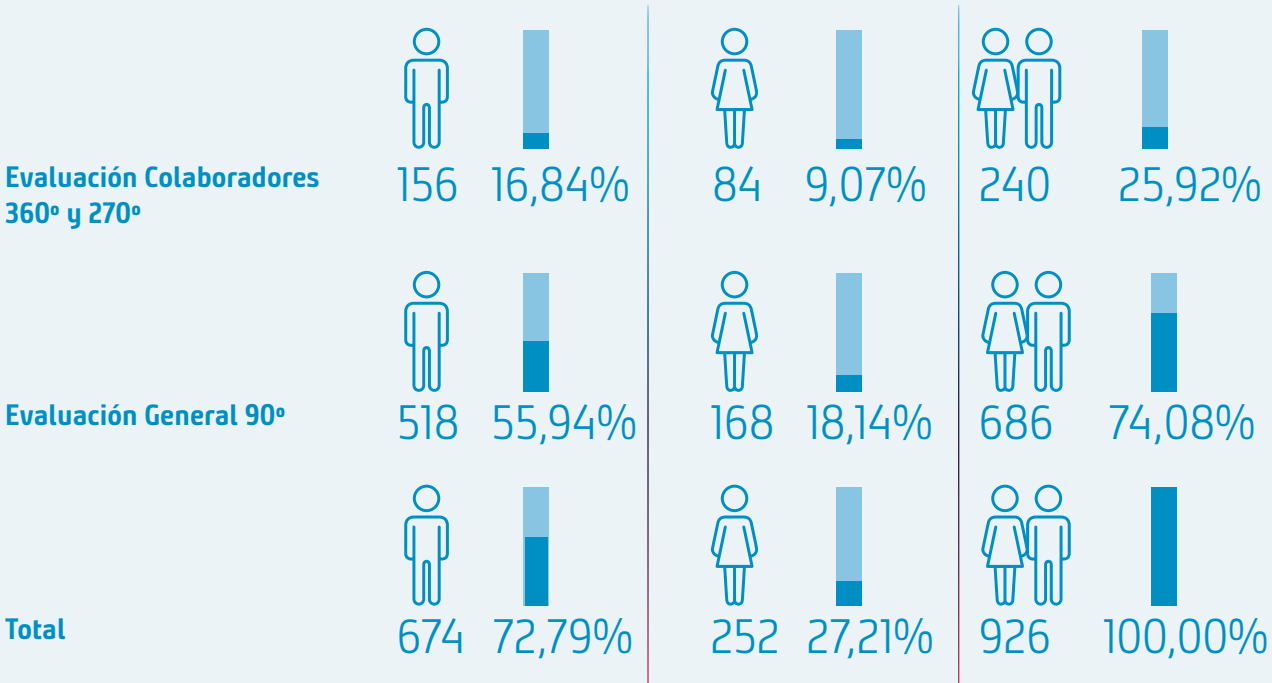
Correspondiente a una autoevaluación más una evaluación de la jefatura directa.

<sup>11</sup>Los datos informados corresponden a la Evaluación de desempeño de la gestión 2021, cuyo proceso se desarrolló en el 2022.

El cálculo de colaboradores evaluados se realiza sobre el total de colaboradores al cierre del año 2021. Adicionalmente se informa que, la base de carga para gestionar el proceso corresponde también al año 2021.

<sup>12</sup>La evaluación 45° se aplica en casos específicos en donde, por ejemplo, el colaborador no sabe leer ni escribir, o es una persona en una situación de discapacidad que le impide autoevaluarse.

**Empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño durante 2022 por género y categoría.**



**Capacitación del personal de seguridad en políticas y procedimientos de derechos humanos**

GRI 401-I

Nos aseguramos de que todo el personal de seguridad esté debidamente capacitado para desempeñar sus funciones de seguridad privada, cumpliendo con los requisitos de acreditación establecidos por Carabineros de Chile. La formación que reciben se enfoca en adquirir un dominio de las normativas legales que regulan su labor, así como en mantener un control adecuado de los riesgos y realizar su trabajo con los conocimientos y competencias necesarios. Nos comprometemos a garantizar que el personal de seguridad esté preparado para enfrentar los desafíos de su función, brindando un servicio de calidad y contribuyendo a la seguridad de Imperial.



Enfoque de gestión tema Material:

## Salud y seguridad laboral

GRI 3-3

Fomentamos lugares de trabajo saludables y seguros para nuestros colaboradores, lo que es reconocido como un derecho humano y es resultado de un sistema de seguridad y salud ocupacional que incluye el desarrollo de políticas, análisis, planes de acción, control de riesgos, monitoreo y mejora continua.

Además, contribuye al bienestar físico y mental de los colaboradores, y a mejorar la productividad y la calidad del trabajo en general. Garantizar la seguridad y salud de los colaboradores demuestra un compromiso con el bienestar del equipo.

Para prevenir accidentes y enfermedades laborales, establecimos la Política de Medio Ambiente, Seguridad y Salud Ocupacional que establece la creación de espacios de trabajo seguros en todas las instalaciones donde llevamos a cabo nuestras operaciones, ofreciéndoles herramientas necesarias para prevenir, reportar y mitigar situaciones que puedan poner en riesgo la salud de las personas, con el objetivo de crear un ambiente laboral seguro basado en el compromiso individual y grupal.

### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Colaboradores protegidos y saludables.



#### Negativos:

- Daño a la salud, enfermedad, lesión o discapacidad.
- Daños psicológicos.
- Pérdida de vidas.

## 4.6 Salud y seguridad laboral

Además de Política de Medio Ambiente, Seguridad y Salud Ocupacional, contamos con el apoyo del Programa de Gestión y Prevención de Riesgos cuya finalidad es implementar métodos de trabajo que involucren a todas las áreas de Imperial, mejorando de manera continua nuestros procesos productivos bajo los siguientes objetivos:

- 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.

Este Programa cubre al 100% de nuestros colaboradores cumpliendo así lo indicado por la normativa vigente en la Ley 16.744. Además, de cumplir con lo indicado en la Ley 20.123 de Trabajadores de empresas contratistas y subcontratistas.

## Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes

GRI 403-2

Nuestro enfoque en la gestión de la prevención de riesgos comienza desde la Gerencia General. Dentro de sus responsabilidades se encuentra garantizar la seguridad y salud de nuestros colaboradores, contratistas, personal subcontratado y clientes.

En Imperial empleamos una Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (MIPER). La calidad de nuestro sistema de gestión de riesgos es asegurada mediante la actualización constante de esta matriz, la cual se realiza mediante diferentes metodologías teóricas y prácticas, como la implementación de procedimientos de trabajo seguro, la utilización de una Matriz de hallazgos, la capacitación de nuestros colaboradores y la realización de caminatas de terreno, entre otros.

Los resultados y la información obtenida de estas actividades son procesados para actualizar continuamente los procedimientos y matrices, como también para tomar decisiones respecto a capacitaciones de colaboradores y abordar temas de acuerdo con su gravedad.

Cuando los trabajadores identifican situaciones de riesgo, informan a sus superiores directos y también utilizan el canal de comunicación con los Comités Paritarios de cada instalación. Estos comités se encargan de abordar temas de higiene y seguridad y registran estos problemas en las actas mensuales sin revelar la identidad del colaborador involucrado.

En Imperial cumplimos con la normativa vigente del Código de trabajo, artículo 184 bis, la cual establece que los colaboradores podrán detener sus funciones al identificar una situación de riesgo que afecte o comprometa su integridad física.

El proceso de investigación de incidentes laborales implica recopilar evidencia gráfica y testimonial para llevar a cabo una investigación completa y adecuada del evento ocurrido. Además, en los accidentes clasificados como graves, se utiliza la metodología del árbol causal. En caso de que se identifiquen mejoras en los procedimientos y/o matrices, se deben actualizar las medidas correctivas para asegurar su cumplimiento.

## Servicios de Salud en el trabajo

GRI 403-3, 403-4, 403-6, 403-7

La responsabilidad de contar con profesionales especializados en prevención de riesgos y medicina laboral recae en el Organismo Administrador de la Ley 16.744 (ACHS). Este organismo controla los procesos con relación a salud ocupacional, implementando y controlando los protocolos del Ministerio de Salud, orientados a la higiene y seguridad laboral. Para ello, lleva a cabo visitas técnicas en nuestras instalaciones periódicamente, para identificar las condiciones y riesgos laborales, elabora informes técnicos, establece medidas y plazos para controlar los riesgos existentes, realiza evaluaciones ambientales y exámenes de control para los trabajadores. Además, se encarga de evaluar las necesidades de capacitación de la organización y de los Comités Paritarios de higiene y seguridad los cuales se encuentran conformados por colaboradores, asegurando la participación de los mismos en estos procesos.



## Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.

GRI 403-5



25

Colaboradores  
capacitados

### Ayudante avanzado

Esta capacitación brinda, al colaborador, el conocimiento y las herramientas necesarias para la manipulación de maquinaria específica utilizada en Imperial, indicando en el proceso los peligros, riesgos y medidas preventivas de accidentes.

## Sistema de gestión de Salud

GRI 403-1

Contamos con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo que nos permite garantizar un entorno laboral seguro y saludable para nuestros 1.037 colaboradores, lo que representa el 100% de la compañía.

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.

Realizamos evaluaciones periódicas de riesgos laborales para identificar y mitigar cualquier peligro potencial. También llevamos a cabo capacitaciones regulares sobre seguridad en el trabajo, brindando a nuestros empleados las herramientas y conocimientos necesarios para evitar situaciones de riesgo y actuar de manera segura en su entorno laboral.

Es importante destacar que, aunque implementamos rigurosas auditorías internas, no estamos sujetos a auditorías o certificaciones por parte de una compañía externa en relación con nuestro sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo. Sin embargo, esto no afecta nuestro compromiso y responsabilidad para mantener altos estándares de seguridad y bienestar en el entorno laboral.

Lesiones por accidente laboral

GRI 403-9

Durante 2022 los principales tipos de lesiones sufridas por los colaboradores fueron cortes y golpes en extremidades superiores e inferiores, debido a la manipulación de herramientas de uso diario para el cumplimiento de sus tareas laborales.

Accidentes laborales en base al total de empleados.

|                                                                                                                                                                         | Número | Tasa  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
|  Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral.                       | 0      | 0     |
|  Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos) | 0      | 0     |
|  Lesiones por accidente laboral registrables                                          | 49     | 19.25 |



Accidentes laborales en base a colaboradores subcontratados cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por Imperial.

|                                                                                                                                                                           | Número | Tasa  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
|  Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral.                       | 0      | 0     |
|  Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos) | 1      | 1.84  |
|  Lesiones por accidente laboral registrables                                          | 45     | 82.82 |



**Dolencias y enfermedades laborales**

GRI 403-10

Los peligros laborales que presentan un riesgo de dolencia o enfermedad se determinan a través de la Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (MIPER) y los protocolos del Ministerio de Salud (MINSAL). Durante 2022 los trastornos musculoesqueléticos fueron la única causa de dolencias y enfermedades relacionadas con el trabajo.

Para prevenir y eliminar dichos peligros y minimizar los riesgos mediante la jerarquía de control, hemos tomado acciones como: actualización de los procedimientos de trabajo seguro, el uso de la MIPER, capacitaciones para los trabajadores, la implementación de un Programa de Prevención de Riesgos y la adopción de protocolos establecidos por el Ministerio de Salud (MINSAL), entre otras acciones.

**Fallecimientos y dolencias**



Número de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral

0



Número de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables

1



Principales tipos de dolencias y enfermedades laborales

Trastorno musculoesquelético

Nota: Los datos fueron reunidos a través de estadísticas internas.

A pesar de nuestros esfuerzos y mecanismos preventivos, durante el 2022 existieron 8 casos de incumplimiento a la normativa nacional en cuanto a salud y seguridad de nuestros colaboradores, los cuales se relacionaron principalmente a incumplimientos de protocolo de Covid-19. Estas medidas fueron enmendadas a través de la instalación de un Comité de Crisis para Covid-19, capacitaciones para sensibilización de los protocolos anticovid, control de aforos, entre otros.

## 4.7 Diversidad e inclusión laboral

Nuestra Política de Derechos Humanos, Inclusión, Diversidad y No Discriminación es el marco que guía nuestra responsabilidad de respetar los derechos y la dignidad de las personas en todos los aspectos de nuestra influencia. Nos comprometemos especialmente a fomentar relaciones internas basadas en el reconocimiento de la riqueza de la diversidad individual y la convicción que sus particularidades contribuyen al desarrollo de equipos competentes, colaborativos y comprometidos.

Esta política forma parte de nuestro Pilar de Sostenibilidad y refleja nuestros valores corporativos, aplicables a todos nuestros colaboradores. Además, nos permite cumplir con los compromisos establecidos por la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, las Directrices de la 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 del Pacto Global.

### Diversidad en los órganos de gobiernos y colaboradores

GRI 405-1

#### Directores

Menos de 30 años



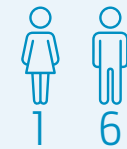
Entre 30 y 50 años



Mayores de 50 años



Total



#### Gerentes

Menos de 30 años



Entre 30 y 50 años



Mayores de 50 años



Total



#### Subgerentes

Menos de 30 años



Entre 30 y 50 años



Mayores de 50 años



Total



#### Administración

Menos de 30 años



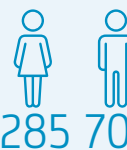
Entre 30 y 50 años



Mayores de 50 años



Total



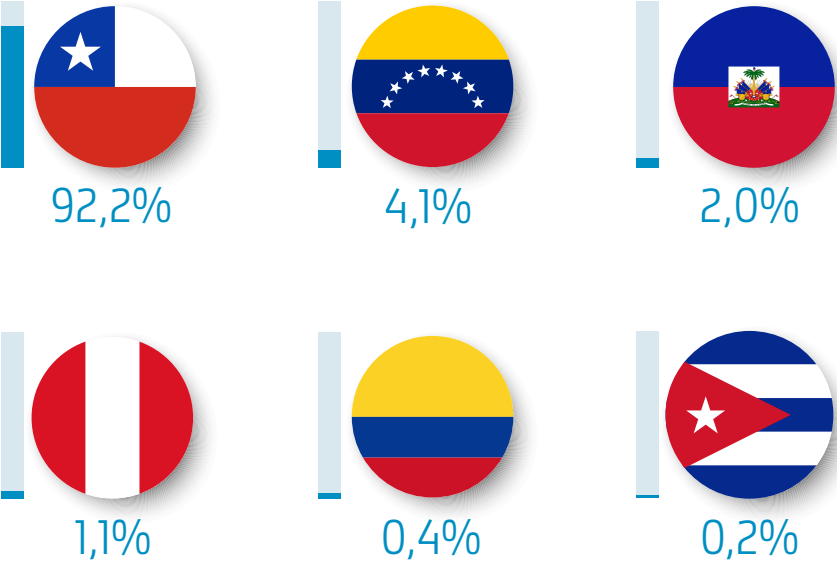
144

589

311

1.044

Colaboradores por Nacionalidad



GRI 406-I

En 2022 no se registraron casos de discriminación en Imperial. Nos enorgullece mantener un entorno laboral inclusivo y respetuoso, donde se promueve la igualdad de oportunidades y se rechaza cualquier forma de discriminación. Seguimos comprometidos con la promoción de una cultura de diversidad, inclusión y no discriminación. Continuaremos implementando políticas y programas para garantizar un ambiente laboral equitativo y fomentar la conciencia y el respeto hacia todas las personas.

Ratio del salario bruto y de la remuneración de mujeres frente a hombres.

GRI 405-2

En Imperial buscamos fomentar la transparencia y la igualdad salarial de género. Nuestro objetivo es garantizar un entorno laboral justo y libre de discriminación, donde tanto hombres como mujeres reciban una compensación equitativa por su trabajo y contribuciones.

Brecha Salarial

| Categoría laboral      | Salario bruto hombres | Salario bruto mujeres | Brecha Salarial |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| Gerentes 1º y 2º línea | 5.545.465             | 4.231.814             | -23,7%          |
| Jefes y Supervisores   | 1.556.894             | 1.406.300             | -9,7%           |
| Administrativos        | 975.672               | 996.399               | 2,1%            |
| Fuerza de ventas       | 1.393.493             | 2.221.924             | 59,4%           |
| Personal operativo     | 764.609               | 768.371               | 0,5%            |
| Total general          | 1.287.705             | 1.525.031             | 18,4%           |

Estos datos corresponden a remuneraciones pagadas del 2022 anualizadas, es decir, personas con jornada parcial o menos de 30 días trabajados en un mes.

En Imperial no discriminamos en cuanto a la remuneración, la misma está sujeta al cargo, independientemente del género de quien lo ocupe. Calculamos la remuneración de cada estamento en base al salario mínimo más una remuneración variable asociada a la productividad, por lo que la brecha salarial observada responde a este criterio.



## 4.8 Diálogo social

GRI 2-30

*El 35% de nuestros colaboradores se encuentra afiliado al sindicato por lo que obtienen los beneficios del contrato colectivo.*

Una dinámica de diálogo y la comunicación constante, con nuestros colaboradores, permite establecer un ambiente de entendimiento mutuo, donde ambas partes pueden compartir perspectivas, preocupaciones y propuestas con el objetivo de encontrar soluciones y tomar decisiones informadas. A través de este intercambio, se fomenta la construcción de relaciones laborales sólidas y se promueve la participación de los colaboradores en la toma de decisiones que impactan en su entorno laboral.

Estas instancias de diálogo permiten que los colaboradores se sientan partícipes de las decisiones que tomamos como empresa, creando así un sentido de pertenencia y compromiso. A través de estos encuentros, se abordan temas de interés común, promoviendo la transparencia, el respeto mutuo y la búsqueda de soluciones conjuntas.

# 05

CAPÍTULO

## ***Compromiso con nuestros clientes***

5.1 Modelo de Gestión de Clientes

5.2 Nuestros clientes

5.3 Clientes especialistas

5.4 Experiencia cliente

5.5 Mejora en los mecanismos de cobranza

5.6 Digitalización de la atención

5.7 Protección de datos y ciberseguridad



# 5.1 Modelo de Gestión de Clientes (MGC)

Entregamos una atención personalizada y experta, basada en garantizar los derechos de los consumidores y la privacidad de su información, lo que se encuentra plasmado en nuestro modelo de gestión de clientes.

El MGC fue actualizado en julio de 2022, con el fin de orientar las acciones para mejorar la experiencia de los compradores. Este marco busca fortalecer los atributos más valorados y reducir los efectos contrarios ante experiencias negativas recogidas a través de encuestas, canal de denuncias, libros de sugerencias, entre otros.

El objetivo principal del MGC es mantener un modelo donde se involucren todas las áreas de Imperial en la satisfacción de necesidades y expectativas, orientado a la fidelización por medio de una experiencia de compra positiva.

Nuestra gestión de clientes abarca toda la cadena de valor, proceso que inicia con la selección de proveedores y productos, y sigue con un adecuado abastecimiento de SKU, lo que nos permite permanentemente ofrecer:



Stocks óptimos y una logística que asegure el abastecimiento de tiendas.



Oportuno despacho a nuestros clientes.



Colaboradores capacitados, empoderados y comprometidos con las necesidades de nuestros clientes.



Plataforma TI que soporta las necesidades de la venta y el servicio.



Gestión del crédito y cobranza, la cual se adecúa a las necesidades de nuestros clientes. También, contamos con diferentes métodos de pago, más omnicanalidad que permite al cliente comprar no importando dónde se encuentre físicamente.



Servicio de post venta que resuelve los reclamos y retroalimenta a la organización para mejorar la experiencia de compra.



## Seis pilares del MGC

Nuestro Modelo de Gestión de Clientes cuenta con seis pilares:

### Productos y marketing:

Ofrecer los productos con la mejor variedad, calidad, cantidad disponible y precio del mercado, velando que los productos sean amigables con el medio ambiente. Comunicar la oferta al cliente y mantener actualizada la exhibición de la tienda, mediante un marketing ético responsable.

### Personas:

Entregar una atención amable y oportuna, dando la asesoría requerida por el cliente para realizar su proyecto.

### Medios de pago:

Atender al cliente de manera rápida y amable.

### Logística:

Entregar los productos de manera oportuna en el lugar solicitado por el cliente.

### 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 cliente:

Busca satisfacer las necesidades de los clientes mediante un análisis periódico de las evaluaciones realizadas por los clientes para descubrir oportunidades de mejora y hacer seguimiento a los planes de acción.

## Responsable

Gerencia Comercial

Gerencia de Personas

Gerencia de  
Administración y  
Finanzas

Gerencia de logística

Gerencia de Sistemas

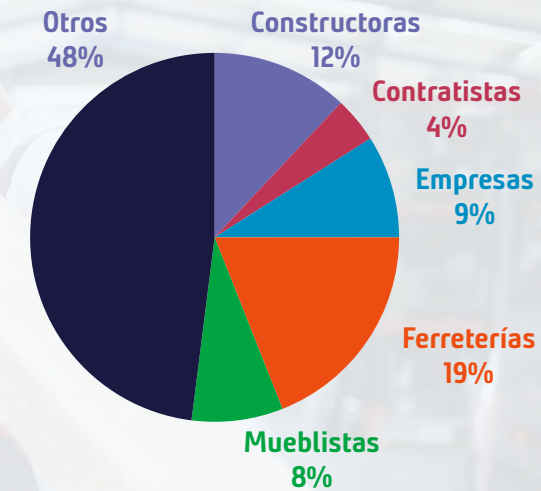
Gerencia de  
Operaciones

## 5.2 Nuestros clientes

Nuestros clientes son mayoritariamente profesionales y especialistas, tales como mueblistas, contratistas, maestros de la construcción y ferreteros.

### Perfil de clientes

La identificación del perfil de clientes permite conectar de mejor manera con nuestros compradores, llegando de forma más directa para conocer su opinión y preferencias específicas.



### Representación de la venta 2022, según perfil de cliente



#### Contratistas

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



#### 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.



#### 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

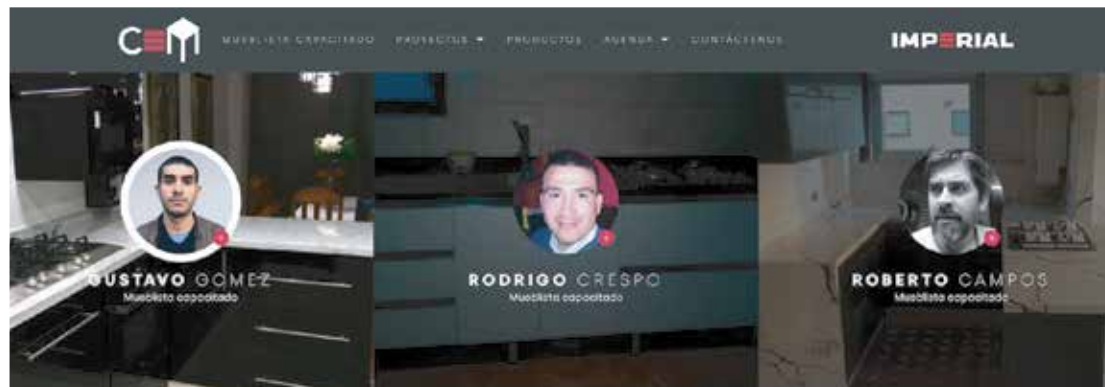
Atendemos a los maestros emprendedores y a fábricas de mobiliario, quienes desarrollan proyectos para el hogar, oficinas y espacios comerciales. Con ellos mantenemos una relación de socios comerciales, considerando el amplio rango de productos y servicios que puedan necesitar, incluyendo el Centro de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

## 5.3 Clientes especialistas

Desde 2018 nuestra Academia Centro de Experiencia del Mueble (CEM) entrega capacitaciones y conocimientos innovadores, de nuestras marcas propias, a clientes especialistas como arquitectos, diseñadores, inmobiliarias, mueblistas y público interesado en general (hobbistas). Estas capacitaciones se desarrollan principalmente sobre mueblería e interiores. El centro depende de la Gerencia de Servicios & Innovación de Imperial.

El CEM ofrece a nuestros clientes especialistas la posibilidad de ser parte del Programa Capacitaciones de Marcas, donde participan un conjunto de proveedores de Imperial seleccionados por su foco mueblista, además de su experticia en innovación y sostenibilidad. De esta manera, promulgamos conocimiento sobre productos que son amigables con el medio ambiente y las futuras generaciones.

Lo que el CEM nos permite es mejorar las cualidades productivas de nuestros clientes especialistas y apoyar sus negocios, ya que los convierte en un grupo especialista promotores de Imperial.



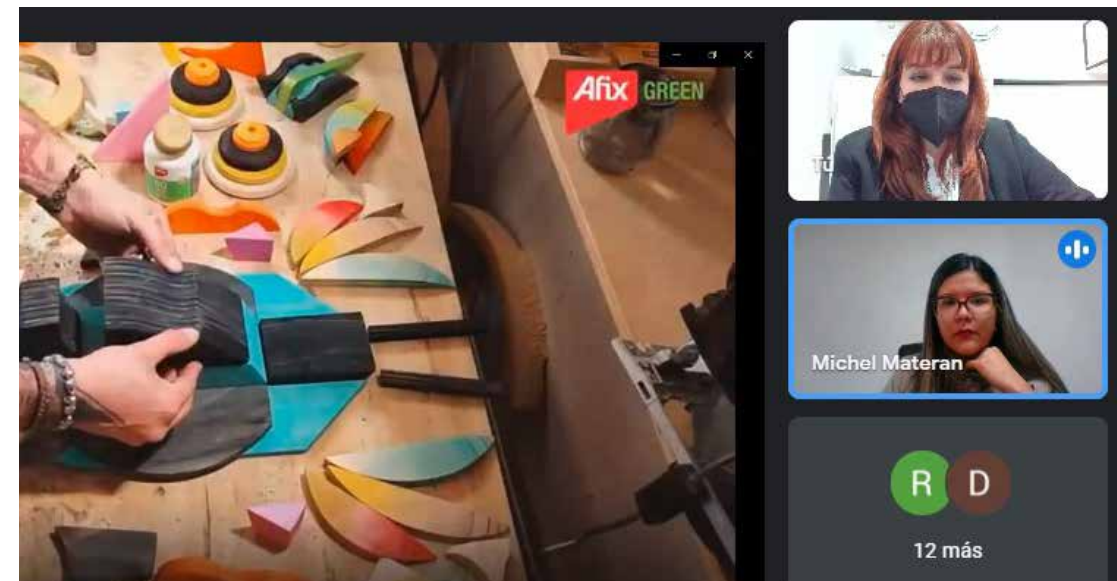
### Objetivos de la Academia CEM

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.





### N° de participantes según programa del CEM durante 2022.

Durante 2022 participaron 1.469 personas en diferentes instancias de la Academia CEM, incrementándose en 652 participantes en comparación con 2021 (817 personas). El programa que más creció fue la Academia CEM Marcas, la cual aumentó de 139 personas en 2019 a 883 en 2022, lo que representa un 535% más. Al finalizar las capacitaciones de manera satisfactoria, los mueblistas reciben una certificación y pasan a formar parte de nuestro grupo de Mueblista Capacitado CEM.



**WALDO BRAVO**  
Mueblista capacitado



**GUSTAVO GOMEZ**  
Mueblista capacitado



Enfoque de gestión tema Material:

## Experiencia cliente

GRI 3-3

La experiencia cliente busca entregar soluciones innovadoras, que estén a la vanguardia y que satisfagan de la mejor forma sus necesidades. Esto impacta en una sólida reputación en el mercado, siendo reconocidos por nuestros productos y servicios para profesionales expertos como mueblistas, arquitectos, constructores, entre otros.

***En Imperial nos regimos por la Ley del Consumidor y por nuestra Política de Transparencia Comercial, lo que nos permite entregar una experiencia cliente no solo basada en la normativa vigente, sino propendiendo a los mejores y más altos estándares de calidad, seguridad y transparencia, lo que contribuye con la fidelización de nuestros clientes.***

### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Cumplimiento de las expectativas de los clientes.
- Clientes satisfechos

## 5.4 Experiencia cliente

GRI: 416-2,418-1

Para seguir manteniendo una sólida reputación corporativa, nos centramos en asegurar la calidad y disponibilidad de nuestros productos, en mantener una comunicación fluida y respetuosa con nuestros clientes, en brindar nuevas y más cómodas opciones de compra y en mejorar nuestros mecanismos de pago.

La gestión de ventas está basada en nuestra Política de Transparencia Comercial de Imperial que busca ser un marco regulatorio en nuestras relaciones comerciales, garantizando que estas sean justas, transparentes y claras, tanto para proveedores como clientes, para así cerciorar los mejores estándares de productos y servicios. De forma paralela, la Política de Sostenibilidad apoya los lineamientos anteriores, dando fuerza a nuestra oferta de productos que propician la economía circular y que son amigables con el medio ambiente.

Asimismo, respetamos cabalmente los derechos de los consumidores y el resguardo de la privacidad de la información, a través de la Ley del Consumidor y nuestra Política de Protección de Datos Personales. Cabe mencionar que, durante 2022, no hubo reclamaciones ni casos identificados de filtración o pérdida de datos de clientes.

Para cumplir con estos lineamientos realizamos seguimiento y medición de nuestra vinculación con clientes a través de la encuesta de satisfacción y tasa de reclamos, herramientas que nos permiten dar trazabilidad para seguir creciendo y mejorando la experiencia del servicio.

Una de ellas es la Medallia, plataforma de *software* que nos permite hacer un monitoreo y gestión constante de las respuestas de nuestros clientes. Este *software* es consultado por las jefaturas de cada tienda para hacer mejoras en la calidad de servicio y administrar los comentarios e inquietudes que se pudiesen recibir. En 2022, el número de encuestados aumentó un 0,9% respecto al año anterior.

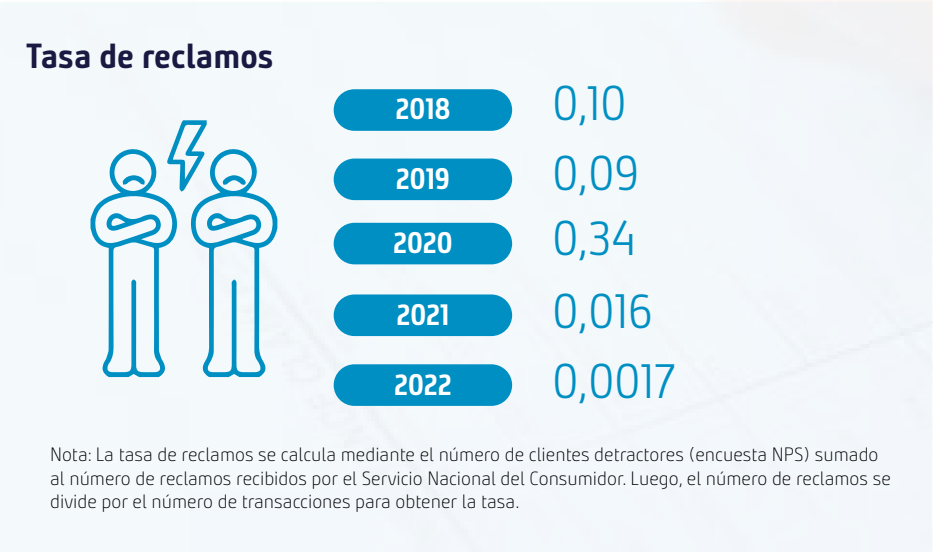
Aplicación de Encuesta de Satisfacción del Cliente Plataforma Medallia



Asimismo, la Encuesta Net Promoter Score (NPS) evalúa la disposición del cliente a recomendar nuestros servicios a familiares, cercanos o conocidos, basándose en su propia experiencia. Este indicador fue de 50,5%<sup>13</sup>, aumentando 10,6 puntos porcentuales en comparación con el año anterior. Esta mejora es producto de la optimización del tiempo de despacho y cumplimiento, además del seguimiento constante de fechas de compromiso al cliente.

Otra herramienta que utilizamos es la medición de la tasa de reclamos, que nos permite hacer seguimiento y mejorar nuestra experiencia cliente y calidad de atención. Respecto a años anteriores, hemos disminuido el porcentaje de reclamos.

<sup>13</sup>Medición obtenida en agosto de 2022, de un universo de 416 encuestas.

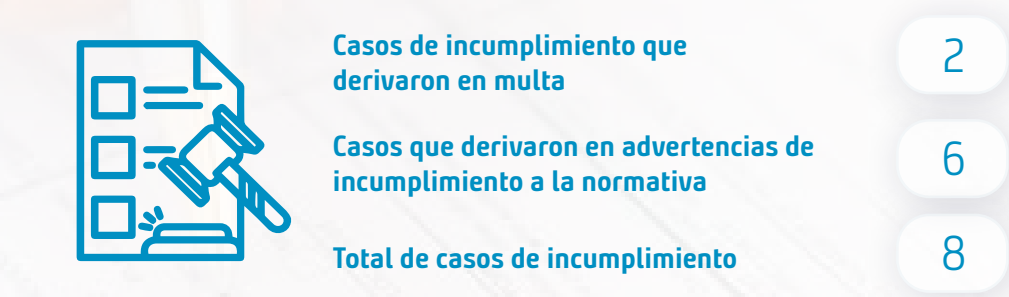


Mecanismos de comunicación con nuestros clientes

Contamos con 3 tipos de mecanismos de comunicación para atender tanto las inquietudes, solicitudes y reclamos de nuestros clientes.



Otros indicadores que nos permiten mejorar la experiencia cliente son el OTIF (On Time In Full, entrega en tiempo y forma), 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 índice de reclamos (IDR que mide la cantidad de reclamos versus el número de transacciones).



Ante estos casos 8 casos, hemos reforzado nuestra supervisión de los productos que disponemos en el mercado, aumentando los estándares de seguridad a nuestros proveedores.

# 5.5 Mejoras en los mecanismos de cobranza

Hemos reforzado nuestros mecanismos de cobranza, con el fin de simplificar la gestión, optimizando procesos y mejorando la calidad del servicio. En específico, la unidad de Crédito y Cobranza desarrolló estrategias para la recuperación oportuna de las obligaciones contraídas por nuestros clientes, entre las que se cuentan:



Envío semanal de cuenta corriente a mail de cliente



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.



Reuniones semanales con el equipo de cobranzas para detectar los principales clientes que se desvían de la normalidad de cobro



Reuniones quincenales con las áreas de venta, revisando en esta instancia clientes con incremento en morosidad y provisión.



Levantamiento diario de indicadores de morosidad y provisión, para detectar brechas y saber dónde poner los esfuerzos de cobranza



Campaña de mejora en los medios de pago, pasando de instrumentos como el cheque a transferencias electrónicas.



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.



Diferenciación de incentivos al área de cobranza por medio de pago: a mayor liquidez de pago, el porcentaje de comisión es también mayor para los ejecutivos de telecobranza.



Se realizaron mejoras en nuestro sistema ADAPL para usuarios del área, entregando más información entre otros, generando una optimización del tiempo.

# 5.6 Digitalización de la atención

Para facilitar el proceso de compra, pago, seguimiento de productos y acceso a la información de nuestros clientes, como Imperial hemos creado una serie de servicios digitales que mejoren el proceso de atención.

Esta robusta arquitectura online permite a los clientes desarrollar sus proyectos de manera óptima, facilitando la adquisición de los productos que mejor se ajustan a sus ideas, y utilizando herramientas digitales para

amoldar y cortar productos, hacer transacciones mediante modernos mecanismos de pago y, finalmente, hacer seguimiento del despacho.

Con estas mejoras en la digitalización de la atención, se optimiza y robustece la experiencia cliente, estando a la vanguardia de las nuevas necesidades de nuestro público especialista.

## Herramientas digitales que facilitan la atención y optimizan el producto



### Optimizador Autoatención

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. Este sistema se encuentra disponible en todas nuestras tiendas.



### Optimizador Omnicanal

Este producto es una herramienta digital que permite crear y visualizar planos de dimensionado. Nuestros clientes pueden realizar sus optimizaciones de forma autónoma ya sea desde su casa o en las tiendas Imperial en los distintos módulos de auto atención. La herramienta permite administrar sus proyectos, enviar a sus casillas de email las optimizaciones realizadas. Además, permitir que los distintos canales de venta puedan rescatar las optimizaciones para facilitar a nuestros clientes en sus procesos de pago y en la información para la operación del proceso de dimensionado (fechas, agendamiento y proceso de corte).



### Tablet de Corte

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



### Cazadora App

Aplicación móvil que entrega a los colaboradores información relevante para gestionar productos en pasillos, cambios de precio, inventario, checklists, operacionales, tutoriales y otros.

La App además permite las siguientes gestiones:

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

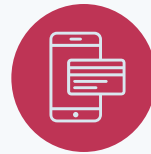
## Herramientas digitales que facilitan el pago y dan trazabilidad al producto



### Venta Móvil

A través de un dispositivo electrónico, esta modalidad permite optimizar el proceso de venta asistida en tienda. 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 el pago, utilizando las diferentes opciones de la tienda (caja, tótem, pay machine, pago on-line, crédito imperial), integrando la atención de cualquier tipo de cliente que asista a la tienda y, permitiendo disponibilizar la lista de precios según su segmento.



### 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, especialmente diseñado para ellos.

Este sistema cuenta con una herramienta de 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.

El Crédito Abierto es para clientes que requieren realizar sus compras en forma rápida y a un precio conveniente, el cual les permite llevar un orden y control de sus compras, además de pagar en forma cómoda y organizada.

Este crédito se obtiene previa evaluación del Departamento de Crédito y Cobranza de Imperial, quienes otorgarán la línea de crédito según las necesidades del Cliente.

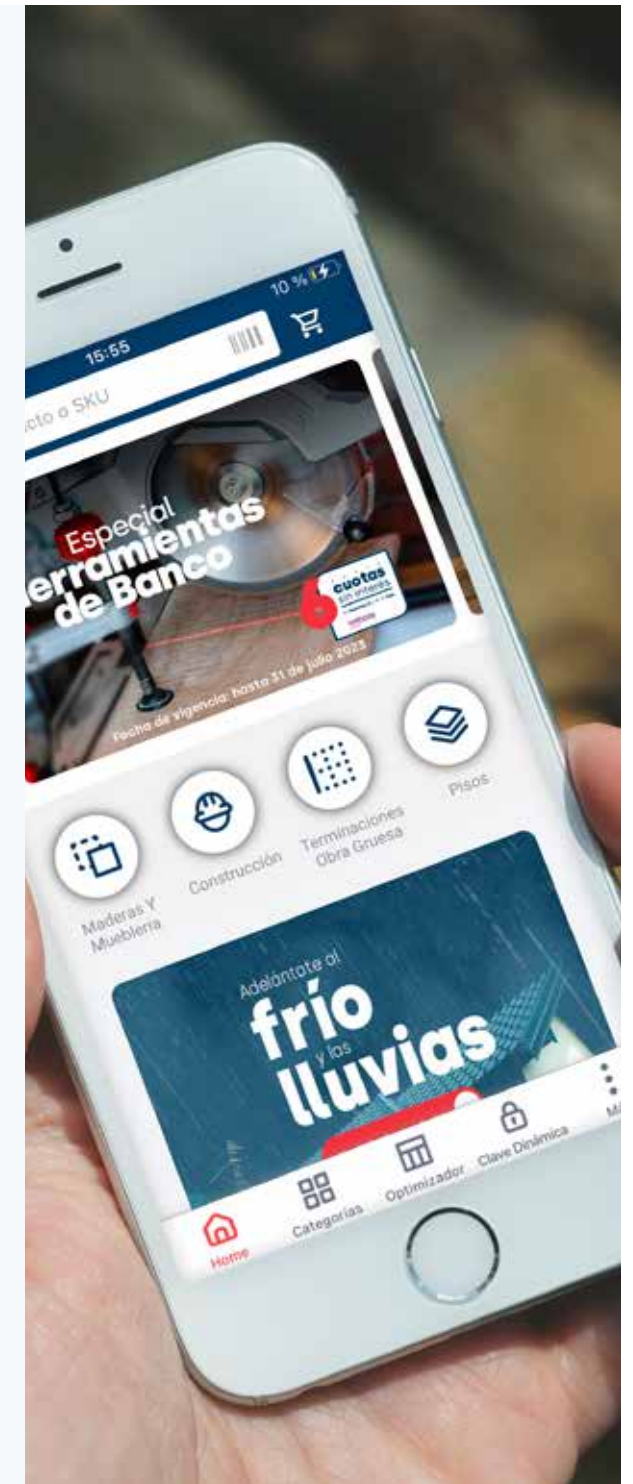


### App B2C

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 tienen acceso a un catálogo ampliado de productos.

El uso de esta herramienta nos permite saber, en detalle, los productos que buscan nuestros clientes, cuánto se demoran en el proceso de compra, cómo fue su experiencia, entre otras cosas, para así personalizar su experiencia de compra y continuar mejorando la calidad de servicio que brindamos.

Para brindar un servicio seguro, tenemos habitado el medio de pago FPAY con el motor de fraude CyberSource para seguir reforzando la seguridad de nuestros procesos online. Además, incorporamos descuentos personalizados, nuevas promociones, cupones de descuentos, el crédito Imperial para optimizaciones, entre otras mejoras.





**Pay Machine (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 modalidad admite el pago por: efectivo, tarjeta de débito y crédito.

Pay Machine nos permite 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.

- Dentro de los beneficios del Pay Machine se encuentran;
- 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.



**Proyecto Tracking**

Tracking es una App de Imperial 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 CO<sub>2</sub> 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.

**Crecimiento del consumo online**

|                               | 2020       | 2021       | 2022       |
|-------------------------------|------------|------------|------------|
| Cantidad de visitas a la web  | 10.735.298 | 13.652.536 | 11.479.619 |
| Cantidad de compras en la web | 52.000     | 87.395     | 66.000     |
| Ventas en el Cyberday         | 6.558      | 6.523      | 3.288      |

En comparación con 2021, este 2022 disminuyeron la cantidad de visitas en un 16% y las compras web en un 24%. Además, las ventas en el Cyberday decrecieron en un 49,6%. Este fenómeno se debe principalmente a la eliminación de restricciones por pandemia, lo que ha permitido un aumento de la presencialidad de los clientes.



Enfoque de gestión tema Material:  
**Protección de datos y ciberseguridad**  
GRI 3-3

Contar cada vez más con procesos digitales implica un esfuerzo y responsabilidad adicional al aumentar la cantidad de transacciones y operaciones virtuales, e información de clientes que se maneja.

**Es por ello, que, como Imperial y parte del Grupo Falabella, hemos desarrollado una serie de políticas y estructuras corporativas que nos permiten la identificación de riesgos y el posterior resguardo de la información. Estas políticas son: Política General en Seguridad de la Información, Norma de Gestión de Riesgo de Seguridad de la Información y Política de Ciberseguridad.**

**Impactos para el entorno:**

 **Negativos:**

- Información privada utilizada por terceros
- Daño o perjuicio a la integridad de las personas

# 5.7 Protección de datos y ciberseguridad

Imperial cuenta con una Política General en Seguridad de la Información que tiene por objetivo definir los lineamientos generales de esta materia, que permitan garantizar el adecuado uso y protección de todos los activos de información en nuestra empresa, además de promover a nivel institucional

una cultura de seguridad de la información y la comprensión de responsabilidad de ésta, con alcance a todas las personas que forman parte de Imperial. Esta política cuenta con 10 lineamientos centrales, los cuales son:

- 1

**SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN**  
Entendemos la seguridad de la información como la preservación y protección de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.
- 2

**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.
- 3

**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.
- 4

**INVERSIÓN EN SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN**  
Debemos invertir en tecnologías de seguridad, procesos, recursos y en trabajadores que ayuden a proteger la información sensible de la compañía.
- 5

**MEDIDAS DE CONTROL DE LA INFORMACIÓN**  
Debemos implementar medidas de control consistentes con la estrategia de seguridad de la información y con los objetivos comerciales de la organización.
- 6

**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.
- 7

**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.
- 8

**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.
- 9

**SEGURIDAD, RESPONSABILIDAD DE TODOS**  
Todos somos responsables por la custodia y protección de la información que manejamos en el desempeño de nuestras funciones
- 10

**DIFUSIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y APLICACIÓN**  
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.

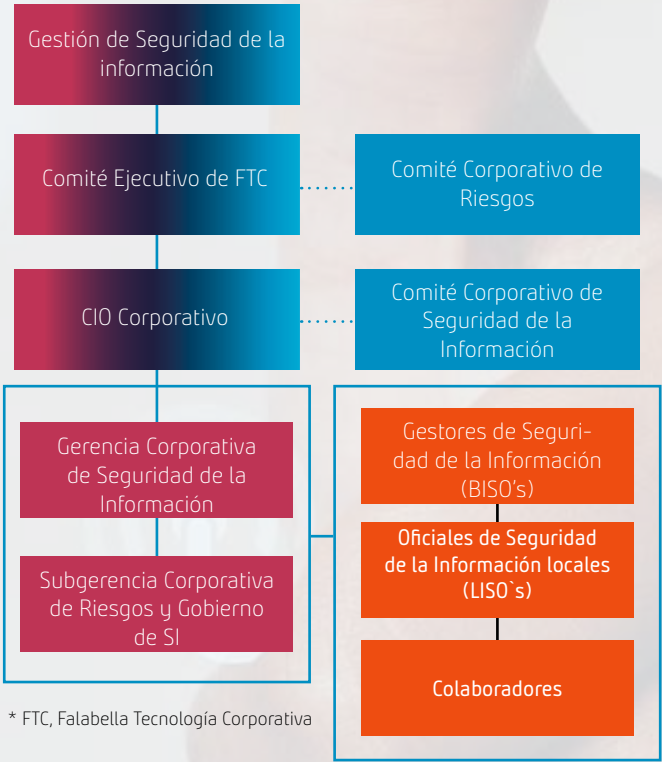
Asimismo, como parte del Gobierno de Seguridad de la Información de Grupo Falabella, Imperial cumple con la Norma de Gestión de Riesgo de Seguridad de la Información, que define a la Gerencia Corporativa de Seguridad de la Información como el área responsable de esto y su implementación en cada una de las empresas del Grupo.

Bajo este sistema realizamos las siguientes acciones:

- Identificar los activos de información más relevantes para sus respectivos negocios.
- Realizar un proceso de identificación de sus riesgos, individualizando sus vulnerabilidades y amenazas más relevantes.
- Establecer un proceso de valorización, ordenando y priorizando los riesgos de acuerdo con los diferentes niveles de riesgos identificados.
- Desarrollar e implementar planes de tratamiento de riesgos, de acuerdo con los niveles de aceptación definidos y análisis costo beneficio realizado.
- Revisar, efectuar seguimiento y monitorear el proceso de gestión de riesgos de seguridad de la información, los niveles de riesgos y los planes de tratamiento de riesgos definidos.
- Comunicar y consultar a las partes interesadas (internas y externas) sobre el estado y niveles de riesgos definidos por el negocio.

### Estructura de Gestión de Seguridad de la Información

Bajo esta estructura se pretende actuar de forma preventiva ante los riesgos levantados sobre seguridad de la información, que va desde el comité ejecutivo hasta la concientización de los colaboradores sobre la importancia y responsabilidad en esta materia. Además, 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.



La Política de Ciberseguridad es un documento corporativo complementario que define aspectos estratégico-técnicos de ciberseguridad y sus dependencias con otros dominios de seguridad de la información, de red, internet y protección de infraestructuras críticas.

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.

# 06

CAPÍTULO

## *Gestión de proveedores*

6.1 Perfil de Proveedores

6.2 Clasificación de proveedores

6.3 Modelo de gestión de proveedores

6.4 Tema Material: Gestión sostenible de proveedores

6.5 Satisfacción de proveedores

6.6 Cadena de suministro

# 6.1 Perfil de Proveedores

En Imperial, valoramos la diversidad y la inclusión en nuestra cadena de suministro, lo que se refleja en el perfil de nuestros proveedores. Buscamos colaborar con proveedores que compartan nuestros valores y compromiso con la calidad, la responsabilidad social y la sostenibilidad. Priorizamos la selección de proveedores que cumplan con estándares éticos, legales y medioambientales, y que sean capaces de ofrecer productos y servicios de excelencia.

Valoramos la innovación, la flexibilidad y la capacidad de adaptación de nuestros proveedores para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestra empresa y de nuestros clientes. Además, promovemos la participación de proveedores locales y PYME, reconociendo su importancia para el desarrollo económico de las comunidades en las que operamos. Nuestro objetivo es establecer relaciones a largo plazo con proveedores confiables y comprometidos, con quienes podamos trabajar de forma colaborativa para lograr un crecimiento mutuo y un impacto positivo en nuestra cadena de suministro.

*El vínculo con empresas proveedoras de servicios, productos y colaboradores contratistas es clave para el éxito de Imperial. 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.*

Fortalecer la relación con los proveedores asegura a nuestros clientes, tanto la continuidad de nuestro negocio como la mejor relación precio/calidad de nuestros productos. Las negociaciones y relaciones con proveedores se realizan en un marco que garantice el cumplimiento de nuestro Código de Integridad, nuestra Transparencia Comercial Imperial (TCI), y nuestra Política de Sostenibilidad.

Dado que la mayoría de estas empresas son de origen chileno, somos conscientes de nuestra responsabilidad hacia el ecosistema económico del sector de la construcción. Por esta razón, seguimos llevando a cabo evaluaciones, capacitaciones y cumpliendo con los plazos de pago establecidos, ya que entendemos que sin su crecimiento no podemos crecer de manera responsable.

Observamos una disminución del 10,2% en el número total de proveedores, pasando de 1.054 reportados en 2021 a 946 registrados en 2022.

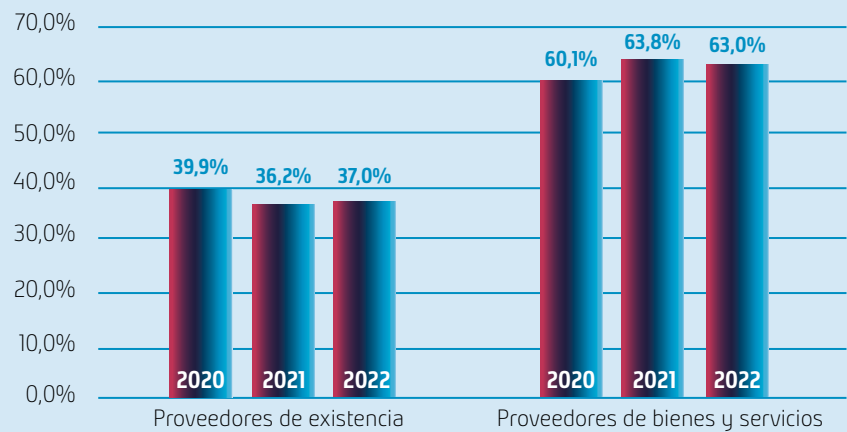


Número de proveedores por tipo

|                                   | 2020  | 2021  | 2022 |
|-----------------------------------|-------|-------|------|
| Proveedores de existencia*        | 411   | 382   | 350  |
| Proveedores de bienes y servicios | 620   | 672   | 596  |
| Total                             | 1.031 | 1.054 | 946  |

\* son quienes nos proveen de insumos, artículos, productos para la venta, entre otros.

Porcentaje de proveedores por tipo



Academia CEM (Centro de experiencia del muble)

Con el objetivo de fomentar su desarrollo, los invitamos a participar en la Academia CEM (cem.imperial.cl), una plataforma que les brinda la oportunidad de visibilizar sus productos y proporcionar información especializada a clientes y consumidores. A través de esta academia, buscamos crear sinergias y promover el intercambio de conocimientos, fortaleciendo así el crecimiento conjunto en el sector de la construcción.

# 6.2 Clasificación de proveedores

GRI 204-I

Nuestra clasificación se basa en la evaluación de aspectos como la calidad de los productos o servicios suministrados, el cumplimiento de plazos de entrega, la capacidad de respuesta y la confiabilidad en la relación comercial. Además, consideramos la sostenibilidad y responsabilidad social de los proveedores, evaluando su desempeño en términos de prácticas éticas, respeto a los derechos laborales y compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Esta clasificación nos permite establecer una segmentación de proveedores, lo que nos facilita la toma de decisiones estratégicas.



Los proveedores clave, que destacan por su excelente desempeño en todos los aspectos evaluados, son considerados socios estratégicos y colaboramos estrechamente con ellos en proyectos conjuntos.



Los proveedores que cumplen con los estándares de calidad y desempeño exigidos tienen una relación comercial sólida y estable con Imperial.



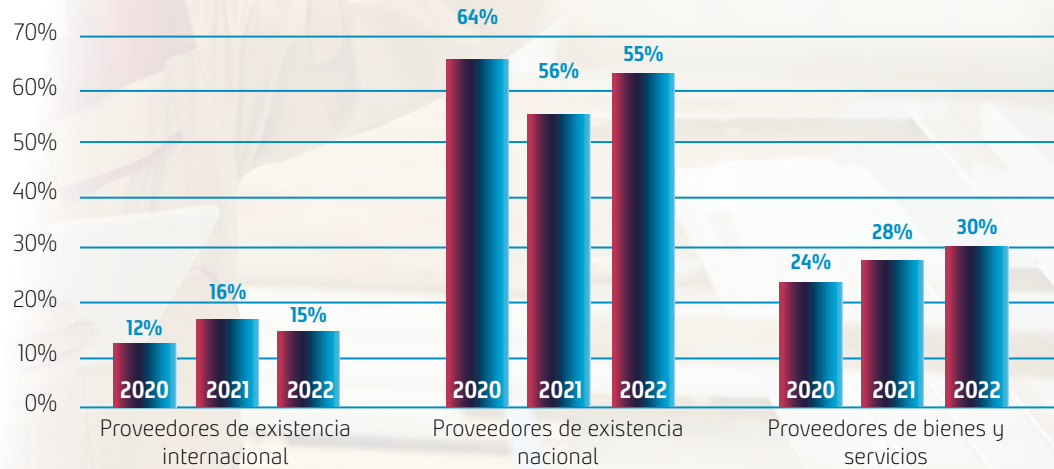
Los proveedores en desarrollo, aunque aún están en proceso de mejora, muestran potencial y trabajamos en conjunto para fortalecer su capacidad y alcanzar los estándares requeridos.

A través de esta clasificación, buscamos optimizar nuestra cadena de suministro, fomentar la mejora continua y garantizar la excelencia en nuestros productos y servicios.

Número de proveedores según origen y año

|                                      | 2020  | 2021  | 2022 |
|--------------------------------------|-------|-------|------|
| Proveedores existencia internacional | 47    | 63    | 46   |
| Proveedores existencia nacional      | 364   | 319   | 304  |
| Proveedores de bienes y servicios    | 620   | 672   | 596  |
| TOTAL                                | 1.031 | 1.054 | 946  |

Porcentaje de proveedores según origen y año.



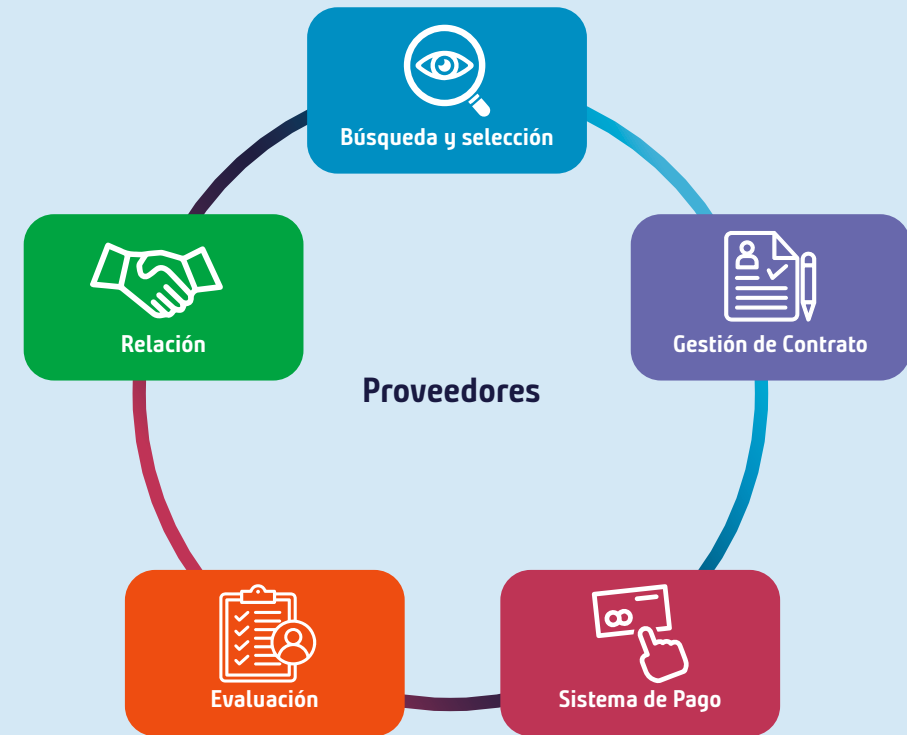
## 6.3 Modelo de gestión de proveedores

Nuestro modelo busca establecer y mantener relaciones sólidas y de largo plazo que garanticen la continuidad del negocio, asegurando una adecuada oferta y suministro de bienes y servicios necesarios para nuestras operaciones.

A través de una gestión eficaz de proveedores, buscamos garantizar la calidad, la competitividad, la sostenibilidad y la continuidad del negocio. En este sentido, el modelo de gestión de proveedores administra de manera apropiada a los proveedores, limitando los riesgos financieros y reputacionales de nuestro negocio, promueve un buen proceso de selección y mantención, además de controlar los costos y orientar la excelencia del servicio.

### Fases de la gestión de proveedores

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





### 1. Búsqueda y selección

Incorpora criterios como precio y margen, trayectoria, perfil, origen, reputación y elementos de buen gobierno corporativo.

En Imperial operamos con proveedores que contribuyan al cumplimiento de nuestras políticas y objetivos de sostenibilidad.

Para la búsqueda, selección y mantención de proveedores debemos tener en consideración lo siguiente:

- Definición de necesidades de Imperial
- Definición del perfil de Proveedores requeridos
- Identificación de Proveedores potenciales
- Selección y segmentación de Proveedores competitivos
- Definición de elementos de seguimiento y evaluación
- Determinación de indicadores de gestión

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, la seguridad de nuestras operaciones y la preferencia de los clientes.



### 2. Gestión de contratos

Todo proveedor debe firmar un contrato que explicita las obligaciones entre las partes, duración, formas de pago, cláusulas de salida, compromisos con nuestras políticas y objetivos de sostenibilidad, entre otros.



### 3. Sistema de Pago

Los pagos se realizarán de acuerdo con el compromiso contraído con el proveedor y respetando la normativa vigente. Todo pago debe realizarse una vez que se hayan conciliado los documentos tributarios con sus respectivas órdenes de compra y guías de recepción.



### 4. Evaluación

Los proveedores de productos y servicios son evaluados periódicamente, considerando planes de acción en aquellos casos con oportunidades de mejora para aquellos proveedores bien evaluados. La evaluación debe contener criterios comerciales, financieros y de gobernanza.

Para la evaluación y selección de los proveedores de productos nos apoyamos en Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX), 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 su mejora continua para desarrollar un abastecimiento responsable, mediante la evaluación de ámbitos de gestión estructurados en cuatro pilares:

| Laboral                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Salud y Seguridad                                                                                                                                                                                             | Medioambiente                                                                                                          | Ética empresarial                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Libertad de empleo</li><li>▪ Libertad de asociación y negociación colectiva</li><li>▪ Alojamiento</li><li>▪ Niños y empleados jóvenes</li><li>▪ Salarios</li><li>▪ Empleo regular</li><li>▪ Derechos humanos</li><li>▪ Horas laborales</li><li>▪ Discriminación</li><li>▪ Subcontratación y trabajo remoto</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entrenamiento</li><li>▪ Maquinaria y vehículos en el sitio</li><li>▪ Materiales peligrosos</li><li>▪ Salud del trabajador</li><li>▪ Mantenimiento e higiene</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Agua</li><li>▪ Aguas residuales</li><li>▪ Desechos</li><li>▪ Energía</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Soborno</li><li>▪ Corrupción</li></ul> |



### 5. Relación

La relación con los proveedores debe ser fluida, enmarcada en la transparencia y el respeto, dejando por escrito los acuerdos comerciales y evitando toda comunicación que vaya en contra de la transparencia y libre competencia.

## Aprovisionamiento Responsable

Contamos con la Política de Transparencia Imperial (TCI), en ella entregamos el marco que regula nuestra relación con los proveedores. Esta política forma parte de las Políticas de Sostenibilidad lo que permite generar un vínculo de largo plazo, transparente y de beneficio mutuo.

Imperial utiliza todos los servicios de información disponibles en el mercado, de manera de asegurar la calidad ética de sus proveedores, y transmite sus normas de buenas prácticas y conocimientos de producción responsable.

## Gestión de Proveedores Pymes

Contamos con proveedores de transporte y de abastecimiento además de proveedores de servicios que son pequeñas o medianas empresas, con quienes colaboramos para fortalecer sus políticas y prácticas de sostenibilidad como también potenciar su alta adaptabilidad y capacidad de innovar, y abordar los riesgos propios de las limitantes asociadas a su tamaño.

Nuestro objetivo en la gestión de este tipo de proveedores está enfocado en promover relaciones sólidas y sostenibles con proveedores logísticos PYME.

Buscamos identificar y seleccionar proveedores que sean PYME, ya que reconocemos su importancia como impulsores de la economía local y su potencial

para generar empleo. Además, promovemos políticas de sostenibilidad entre nuestros proveedores, transmitiéndoles la importancia de prácticas responsables que contribuyan con la sostenibilidad de nuestra empresa y del entorno. Para lograrlo, establecemos planes de trabajo específicos, donde nos enfocamos en identificar y abordar los principales problemas u obstáculos que puedan estar enfrentando. Asimismo, nos comprometemos a medir y gestionar su desempeño, asegurando que cumplan con los estándares y requisitos que nuestra empresa demanda. Con estos objetivos en mente, buscamos fortalecer nuestras alianzas, generando un impacto positivo en la economía local, promoviendo la sostenibilidad y asegurando la calidad de los productos y servicios que recibimos.

La gestión de proveedores PYME es responsabilidad de diferentes áreas de acuerdo con su participación en la operación:

- Proveedores logísticos: Gerencia de Logística
- Proveedores comerciales: Gerencia Comercial
- Proveedores de servicios: Gerencia de Personas

Los responsables abordan funciones específicas entre las que se incluyen directrices para el relacionamiento con los proveedores, desarrollar e implementar un modelo de selección y evaluación, así como los planes de acción correspondientes, monitorear los indicadores clave de desempeño (KPI's) para garantizar un rendimiento eficiente. También, son los encargados de implementar los mecanismos de retroalimentación bidireccional para mejora continua de las relaciones.

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

### Desarrollo de políticas

Establecemos el diagnóstico en función de la estrategia corporativa y de nuestra Política de Sostenibilidad, a partir de lo cual se definen los objetivos a trabajar y los KPI's que nos permita medir el rendimiento.

- Diagnóstico
- Establecer Objetivos
- Código de Conducta

### 1- Desarrollo de políticas

### Selección de proveedores

Recogemos información de las PYMES, mediante la cual evaluamos sus prácticas actuales y las clasificamos según su riesgo, capacidades y procesos.

- Selección de proveedores
- Certificaciones
- KPI's

### 2- Selección de proveedores

### Mejora continua

Monitoreamos la implementación de los planes de acción consensuados con el proveedor PYME, estableciendo canales de comunicación para una retroalimentación continua en ambos sentidos que permita mejorar la relación y los procesos.

- Aprender y mejorar

### 3- Mejora continua

### 4- Medición desempeño cadena de valor

- Monitoreo y auditorías
- Programa de desarrollo de capacidades
- Alianzas

### Medición del desempeño de proveedores PYME en la cadena de suministro

Establecemos un sistema de evaluación único y transparente que evalúe el desempeño de los proveedores PYME, para desarrollar un plan de trabajo con objetivos específicos para cada uno en función de las brechas detectadas en el proceso de evaluación.

Enfoque de gestión tema Material:  
**Gestión sostenible de proveedores**  
GRI 3-3

Consideramos a los proveedores como socios estratégicos de nuestra cadena de valor y buscamos desarrollar relaciones de confianza, mutuamente beneficiosas y de largo plazo. Basándonos en el diálogo, la transparencia y en políticas de gestión responsables buscamos impulsar la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.

Fomentamos la integración de las mejores prácticas de sostenibilidad, creando nuevas capacidades en los proveedores que permita ampliar oportunidades de negocio a ambos. También observamos la trazabilidad de la cadena de valor en términos medioambientales y sociales, esto incluye la identificación, prevención y minimización de riesgos en los procesos de negocio.

En el contexto de la gestión sostenible, evaluamos y comprendemos los impactos reales y potenciales de nuestras actividades en la economía, el medio ambiente y las personas, pudiendo ser estos tanto negativos como positivos. Al definir y analizar estos impactos, podemos tomar medidas para prevenir o mitigar los impactos negativos y aprovechar las oportunidades para generar impactos positivos.

**Impactos para el entorno:**



**Positivos:**

- Nuevas posibilidades de negocio en el mercado



**Negativos:**

- Pérdida de competitividad
- Aumento de la huella de carbono

# 6.4 Gestión sostenible de proveedores

Nuestro Modelo de Gestión de Proveedores (MGP) se basa en principios de transparencia, equidad y respeto, y establece procesos claros y sistemáticos para la selección, evaluación y seguimiento de nuestros proveedores. A través de este modelo, evaluamos su desempeño en aspectos clave de sostenibilidad, como el cumplimiento de normativas ambientales, prácticas laborales justas, respeto a los derechos humanos y ética empresarial. También promovemos la colaboración y el intercambio de buenas prácticas, fomentando la mejora continua. El MGP nos permite asegurar que nuestros proveedores compartan nuestros valores y principios, y trabajen junto a nosotros para lograr un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

**Incorporación de proveedores social y ambientalmente responsables**

GRI 308-1, 414-1

Realizamos una rigurosa selección de proveedores, considerando su desempeño social, ambiental y su capacidad para cumplir con nuestros estándares en materia de sostenibilidad.

Las principales temáticas que evaluamos para incorporar a un nuevo proveedor son:

**Ética empresarial:** Soborno y anticorrupción.

**Ambiente laboral:** Libertad de asociación y negociación colectiva, trabajo infantil y empleados jóvenes, empleo regular, derechos humanos, discriminación, subcontratación y trabajo remoto.

**Salud y seguridad:** Salud de los trabajadores, mantenimiento e higiene, materiales peligrosos, maquinarias y vehículos, capacitaciones.

**Medioambiente:** Consumo de agua y energía, aguas residuales, desechos y generación de residuos.

# 6.5 Satisfacción de proveedores

Para evaluar y mejorar constantemente nuestra relación con los proveedores, realizamos encuestas periódicas de satisfacción, donde les brindamos la oportunidad de expresar sus opiniones y comentarios sobre nuestra colaboración.

Además, fomentamos una comunicación abierta y fluida con nuestros proveedores, brindándoles espacios para expresar sus inquietudes, sugerencias o cualquier otra necesidad que puedan tener. Valoramos sus aportes y tomamos en consideración sus opiniones para fortalecer nuestras operaciones y procesos. Nuestro objetivo es establecer una relación colaborativa y de beneficio mutuo con nuestros proveedores, donde se sientan valorados y motivados a seguir creciendo junto a nosotros.

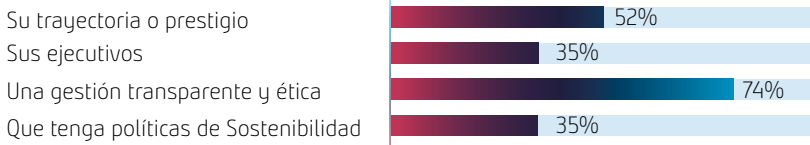
## Encuesta de satisfacción a proveedores

El propósito de este proceso consiste en realizar un diagnóstico de la imagen de marca y sostenibilidad percibida por nuestros proveedores, además de evaluar la posición de nuestra marca en relación con nuestros competidores en el ámbito de la empresa sostenible.

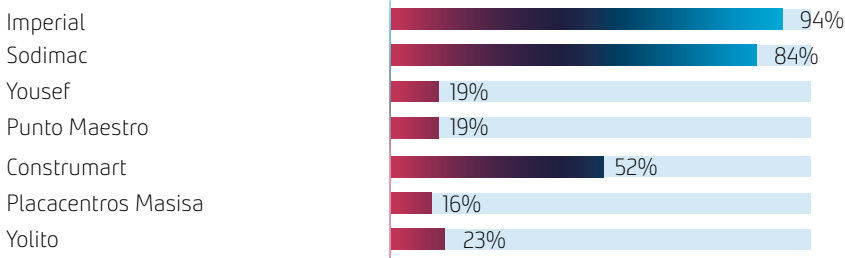
Para lograrlo, se llevaron a cabo una serie de preguntas con el fin de conocer la percepción de nuestros proveedores acerca de cómo Imperial está contribuyendo al medio ambiente, y también identificar y respaldar las acciones responsables que se estén llevando a cabo en cuanto al manejo, producción, operación y logística de nuestros productos.

En lo que respecta a la preferencia de nuestros proveedores según trayectoria, atención a vendedores y gestiones transparentes, Imperial se posiciona como un líder frente a marcas de la competencia, seguido por Sodimac en segundo lugar.

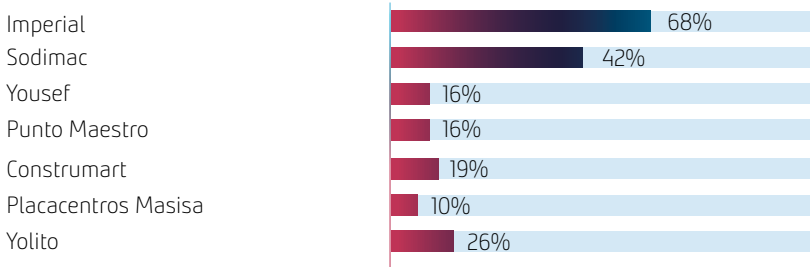
¿Qué aspectos valoras más al momento de establecer relaciones con una empresa comercial?



¿Cuáles empresas relacionas con trayectoria o prestigio? (puedes seleccionar varias alternativas)



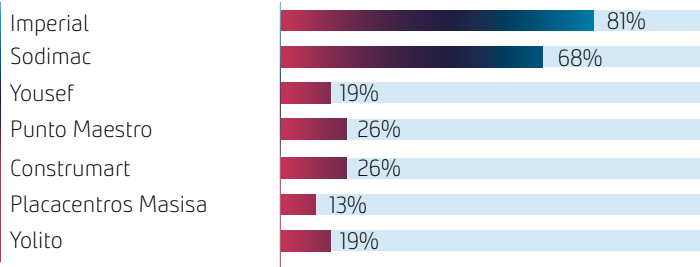
¿Cuáles empresas relacionas con buena atención por parte de sus vendedores? (puedes seleccionar varias)



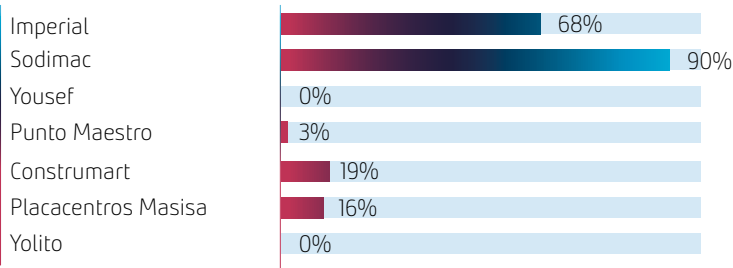
Total de respuestas: 31

En las consultas relacionadas a prácticas de anticorrupción, gestión transparente y ética Imperial se posiciona como líder, seguido por Sodimac en segundo lugar. En el caso de la temática de políticas de sostenibilidad, Sodimac se posiciona como líder seguida por Imperial en segundo lugar.

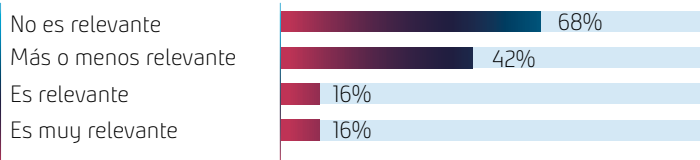
¿Cuáles empresas relacionas con una gestión transparente y ética? (puedes seleccionar varias alternativas)



¿Cuáles empresas crees que tenga políticas de sostenibilidad? (puedes seleccionar varias alternativas)

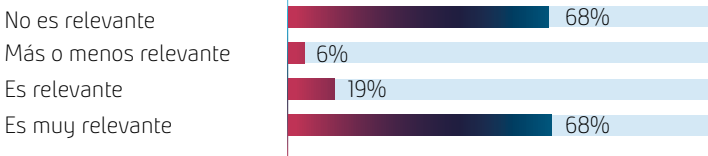


6. ¿Qué tan relevante son para ti las prácticas de anticorrupción, ética, competencia justa y prevención de conflictos de interés?

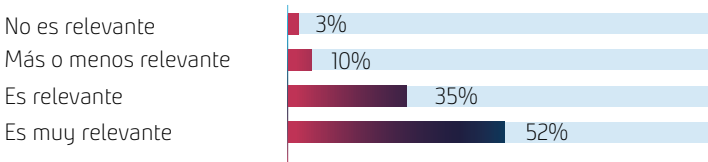


En las consultas relacionadas a gestión de emisiones; diversidad y no discriminación y desarrollo socioeconómico de las comunidades Imperial se posiciona como líder, seguido por Sodimac en segundo lugar.

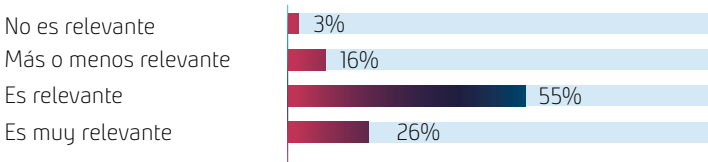
¿Consideras importante que las compañías gestionen sus emisiones para hacer frente al cambio climático?



¿Qué tan relevante es para ti que Imperial respete la diversidad, no discriminación y equidad de género?



¿Crees que Imperial debe potenciar el desarrollo socioeconómico de las comunidades mediante capacitación, empleo y financiamiento?



Pago a proveedores

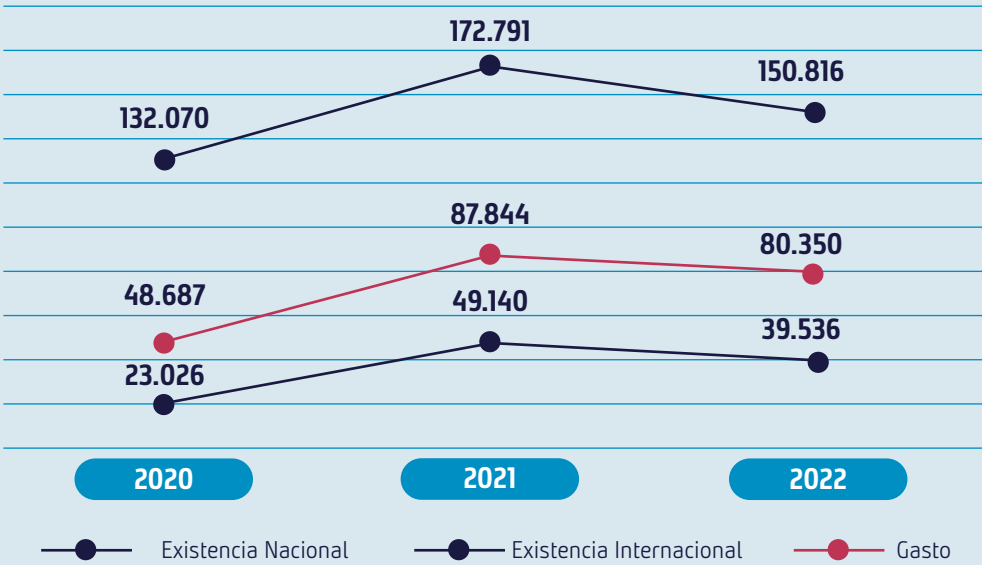
Desde 2020 hemos establecido una Política de Apoyo a Proveedores Pequeña Empresa, en la cual nos comprometemos a realizar los pagos a estos proveedores en un plazo máximo de 25 días. Durante 2022, cumplimos con este compromiso, logrando mantener los días promedio de pago, tal como lo conseguimos el año anterior. Este logro refleja nuestro compromiso continuo con el desarrollo y crecimiento de las pequeñas empresas, brindándoles una certeza financiera y contribuyendo a su estabilidad y sustentabilidad.

Para el resto de nuestros proveedores, cumplimos con la legislación vigente en cuanto a los plazos de pago a proveedores, realizándolos dentro de los días establecidos por la Ley. Nos preocupamos por mantener relaciones comerciales transparentes y justas, respetando los derechos y obligaciones de todas las partes involucradas. Nuestro compromiso es garantizar una gestión financiera responsable y ética valorando la confianza y la colaboración con nuestros proveedores.

| Pago a proveedores en M\$            |         |         |         |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
|                                      | 2020    | 2021    | 2022    |
| Proveedores de Existencia Nacional   | 132.070 | 172.791 | 150.816 |
| Proveedores Existencia Internacional | 23.926  | 49.140  | 39.536  |
| Proveedores de gasto                 | 48.687  | 87.844  | 80.350  |
| Total                                | 204.683 | 309.775 | 270.792 |

Durante 2022, se redujo en un 13% respecto al 2021, esto debido a la reducción de nuestra cartera de proveedores siendo el principal motivo la no renovación de contratos y convenios. En cuanto a la procedencia de nuestros proveedores internacionales, estos se distribuyen en 13 países ubicados en Sudamérica, Europa y Asia.

Comparación desglose de pago a proveedores en M\$



Nota: Detalle de gasto que se obtiene del libro compras de enero a diciembre 2022. Para este informe se considera las existencias nacionales e importadas por ingresos de guías a bodega.

## 6.6 Cadena de suministro

Reconocemos la importancia de trabajar de manera integrada con nuestros proveedores para enfrentar eficientemente la demanda actual de productos y servicios estableciendo enfoques que faciliten la comunicación y la homologación de procesos, especialmente aquellos que requieren digitalizarse. Estos esfuerzos están alineados con nuestros objetivos corporativos, los cuales nos impulsan a simplificar y flexibilizar procesos, así como a colaborar estrechamente con nuestros proveedores.

- Dentro de nuestros objetivos estratégicos de la cadena de suministro, nos hemos fijado metas claras. Buscamos disminuir los costos operativos.
- Aumentar la eficiencia de los procesos para lograr altos niveles de satisfacción del cliente.
- Impulsar la digitalización de los procesos.
- Desarrollar una logística sostenible.
- Gestionar de manera integrada los inventarios, costos, compras, productos y pedidos.

Asimismo, nos esforzamos por potenciar y desarrollar sinergias con Sodimac y otras empresas del Grupo Falabella para mejorar los estándares de trabajo y operación.

La gestión de la cadena de suministro está a cargo de distintos responsables, según su participación en la operación. La Gerencia Comercial se encarga del control de la relación con los proveedores en el área de compras. Por su parte, la Gerencia de Logística se encarga del abastecimiento y la planificación, el almacenaje y el transporte, asegurando el seguimiento de los pedidos, estableciendo estándares óptimos de inventario y garantizando la disponibilidad de flota necesaria para satisfacer la demanda de entregas.

A través de esta estructura y enfoque de gestión de la cadena de suministro, buscamos optimizar nuestros procesos, promover la colaboración con nuestros proveedores y cumplir con nuestros objetivos estratégicos, garantizando así la eficiencia y la calidad en la entrega de productos y servicios a nuestros clientes



Gestión de los centros de distribución (CEDIS)

Para garantizar el adecuado control de la mercadería y mejorar continuamente nuestros procesos en los Centros de Distribución (CEDIS), hemos implementado un software de gestión de almacenamiento (WMS, por sus siglas en inglés) que nos permite automatizar y digitalizar nuestras operaciones. A través de esta herramienta, podemos realizar un seguimiento preciso de nuestros productos y consultar la información en tiempo real, mejorando nuestra eficiencia y capacidad de trazabilidad.

Este sistema posee las siguientes características:



Evaluación social y ambiental de proveedores

GRI 308-2, 414-2

Durante 2022, no hemos implementado un proceso formal de evaluación de proveedores en relación con los impactos sociales y ambientales en la cadena de suministro.

# 07

CAPÍTULO

# Relacionamiento Comunitario

7.1 Gestión con el entorno

7.2 Mapeo de Grupos de Interés

7.3 Política de relacionamiento comunitario y grupos de interés

7.4 Modelo de Gestión de Relacionamiento Comunitario

7.5 Inversión social

7.6 Construyamos Tu Idea – Edición Comunidades



## Enfoque de gestión tema Material:

### Gestión con el entorno

GRI 3-3

Damos gran importancia a la identificación y gestión de los impactos que nuestras operaciones generan al entorno. Para esto, establecemos una relación bidireccional con el entorno, buscando generar beneficios mutuos y mantener una interacción continua.

En el contexto de la gestión del entorno, evaluamos y comprendemos los impactos reales y potenciales siendo estos:

#### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Apoyo en la solución de problemáticas sociales



#### Negativos:

- Percepción de lejanía de la realidad social de su entorno
- Pérdida de la licencia social para operar

## 7.1 Gestión con el entorno

Nos esforzamos por establecer relaciones sólidas y de confianza, respetando las leyes y regulaciones locales, contribuyendo al desarrollo social y económico de las comunidades locales en las que desarrollamos nuestras operaciones. Esto implica la generación de empleo local, el apoyo a programas de educación y capacitación, y la promoción de iniciativas sociales que aporten a mejorar la calidad de vida de las comunidades, especialmente en un contexto global en donde la preocupación por el cambio climático es un llamado al desarrollo de acciones medibles.

Garantizamos que la participación de los grupos de interés que conforman el entorno sea beneficiosa para ambas partes. Para lograrlo, utilizamos encuestas de satisfacción que nos permiten evaluar si la actividad desarrollada ha cumplido su objetivo y si ha generado un impacto positivo en los participantes. Estas encuestas nos brindan información valiosa para mejorar nuestras iniciativas y asegurar que las expectativas de los grupos de interés sean satisfechas de manera efectiva.



# 7.2 Mapeo de Grupos de Interés

GRI 2-29

Reconocemos la importancia de identificar y establecer relaciones sólidas con diferentes tipos de grupos como clientes, proveedores, empleados, comunidades locales, organizaciones no gubernamentales, entre otros. Para lograrlo, empleamos mecanismos y canales específicos adaptados a las necesidades y expectativas de cada grupo de interés,

reconociendo la diversidad de intereses y la naturaleza particular de nuestra relación con cada uno de ellos. Nos esforzamos por garantizar una comunicación efectiva y una colaboración significativa, promoviendo la transparencia, el diálogo y la retroalimentación constante.

| 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.                                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>Directorio</li><li>Gerencia General</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Sitio web</li><li>Reporte anual de sostenibilidad</li><li>Intranet</li><li>Aplicación Somos Imperial</li><li>Diario mural</li><li>Correo electrónico</li></ul>                                                                                                                                  |
|                      | 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 | <ul style="list-style-type: none"><li>Gerencia General</li></ul>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Memoria Sodimac</li><li>Reuniones de Directorio</li><li>Reuniones Comité Ejecutivo Corporativo</li><li>Reuniones Comité Ejecutivo Imperial</li></ul>                                                                                                                                            |
| Colaboradores        | Colaboradores                | Desarrollar un ambiente de trabajo de respeto y buen clima laboral                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Gerencia de Personas</li></ul>                | <ul style="list-style-type: none"><li>Sitio web</li><li>Intranet</li><li>Aplicación Somos Imperial</li><li>Diario mural</li><li>Correo electrónico</li><li>Reporte de sostenibilidad</li><li>Encuestas de clima laboral</li><li>Comité paritario</li><li>Inducciones</li><li>Reuniones con jefaturas y Gerencia de Personas</li></ul> |
|                      | Familia de los colaboradores | Crear oportunidades para el desarrollo de las familias y propiciar la motivación de los colaboradores                                                         |                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>Encuesta de clima laboral.</li><li>Comités Paritarios</li><li>Intranet.</li><li>Inducciones y capacitaciones</li><li>Página web y redes sociales.</li></ul>                                                                                                                                     |

|             |                                           |                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Clientes    | Clientes personas naturales               | Fortalecer relaciones comerciales<br>Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de productos y servicios<br>Satisfacción del cliente                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia de Operaciones</li> <li>Gerentes de Tiendas</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de clientes</li> <li>Sitio web</li> </ul>                                                                                                                                                                     |
|             | Maestros y pequeños especialistas         | Fortalecer relaciones comerciales.<br>Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de producto y servicio.<br>Satisfacción del cliente.<br>Disponer herramientas para facilitar el desarrollo de pequeños especialistas | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia de Operaciones / gerencia de operaciones Tienda</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Newsletter</li> <li>Centro de llamados</li> <li>Imperial TV</li> <li>Folleto informativos</li> </ul>                                                                                                                                   |
|             | Grandes empresas y empresas constructoras | Fortalecer relaciones comerciales.<br>Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de producto y servicio.<br>Satisfacción del cliente.                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia de Operaciones / gerencia de operaciones Tienda</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Libros de sugerencias y reclamos</li> <li>Reporte de sostenibilidad</li> <li>Oficinas comerciales y tiendas</li> <li>Noches mueblistas</li> </ul>                                                                                      |
|             | Empresas públicas / Chile Compra          | Fortalecer relaciones comerciales.<br>Asesorar a los clientes en cuanto a calidad de producto y servicio.<br>Satisfacción del cliente.                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia de Operaciones / gerencia de operaciones Tienda</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Feria y concurso de diseño Imperial</li> <li>Página de seguidores en Facebook</li> <li>Retroalimentación con grupos de interés</li> </ul>                                                                                              |
| Proveedores | Proveedores nacionales                    | Fortalecer relaciones comerciales. Lograr un socio comercial estratégico<br>Satisfacción del cliente.                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia comercial / Gerencia Logística</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de proveedores.</li> <li>Canal de denuncia.</li> <li>Libro de sugerencias en tiendas.</li> <li>Líneas telefónicas de atención a proveedores.</li> <li>Redes sociales.</li> <li>Canal de Integridad</li> </ul> |
|             | Proveedores Internacionales               | Fortalecer relaciones comerciales. Lograr un socio comercial estratégico<br>Satisfacción del cliente.                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia comercial / Gerencia Logística</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de proveedores.</li> <li>Canal de denuncia.</li> <li>Libro de sugerencias en tiendas.</li> <li>Líneas telefónicas de atención a proveedores.</li> <li>Redes sociales.</li> <li>Canal de Integridad</li> </ul> |
|             | Proveedores de servicios                  | Fortalecer relaciones comerciales. Apoyar el emprendimiento local<br>Satisfacción del cliente.                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia comercial / Gerencia Logística</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de proveedores.</li> <li>Canal de denuncia.</li> <li>Libro de sugerencias en tiendas.</li> <li>Líneas telefónicas de atención a proveedores.</li> <li>Redes sociales.</li> <li>Canal de Integridad</li> </ul> |
|             | Proveedores de arriendo e instalaciones   | Fortalecer relaciones comerciales.                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia comercial / Gerencia Logística</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de proveedores.</li> <li>Canal de denuncia.</li> <li>Libro de sugerencias en tiendas.</li> <li>Líneas telefónicas de atención a proveedores.</li> <li>Redes sociales.</li> <li>Canal de Integridad</li> </ul> |
|             | Proveedores del Estado                    | Fortalecer relaciones comerciales.                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia comercial / Gerencia Logística</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de proveedores.</li> <li>Canal de denuncia.</li> <li>Libro de sugerencias en tiendas.</li> <li>Líneas telefónicas de atención a proveedores.</li> <li>Redes sociales.</li> <li>Canal de Integridad</li> </ul> |
|             | Proveedores PYMES                         | Fortalecer relaciones comerciales. Apoyar el emprendimiento local<br>Satisfacción del cliente.                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia comercial / Gerencia Logística</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de satisfacción de proveedores.</li> <li>Canal de denuncia.</li> <li>Libro de sugerencias en tiendas.</li> <li>Líneas telefónicas de atención a proveedores.</li> <li>Redes sociales.</li> <li>Canal de Integridad</li> </ul> |

|           |                                   |                                                                                          |                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comunidad | Juntas de vecinos                 | Mitigar los impactos negativos de nuestro quehacer y dar empleabilidad local             | <ul style="list-style-type: none"><li>Gerencias de tienda</li><li>Subgerencias de Procesos y Sostenibilidad</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Mesas de trabajo con los distintos subgrupos</li><li>Encuestas de satisfacción de comunidad</li><li>Canal de integridad</li></ul>                                                    |
|           | Liceos Técnicos                   | Apoyar a jóvenes en sus estudios y su posterior inserción laboral                        | <ul style="list-style-type: none"><li>Gerencias de tienda</li><li>Subgerencias de Procesos y Sostenibilidad</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Mesas de trabajo con los distintos subgrupos</li><li>Encuestas de satisfacción de comunidad</li><li>Canal de integridad</li></ul>                                                    |
|           | Organizaciones sin fines de lucro | Desarrollar una relación de beneficio mutuo                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Gerencias de tienda</li><li>Subgerencias de Procesos y Sostenibilidad</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Mesas de trabajo con los distintos subgrupos</li><li>Encuestas de satisfacción de comunidad</li><li>Canal de integridad</li></ul>                                                    |
|           | Estado y organismos municipales   | Apoyo al cumplimiento de requisitos legales ambientales y asesorías en temas ambientales | <ul style="list-style-type: none"><li>Gerencia General</li></ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Informes específicos a organismos públicos</li><li>Sitio web</li><li>Reporte de sostenibilidad</li><li>Reuniones periódicas o esporádicas</li><li>Línea directa con SERNAC</li></ul> |

Participación en asociaciones y membresías

GRI 2-28

Siendo plenamente conscientes de nuestro papel como ciudadanos corporativos, nos involucramos activamente en diversas iniciativas que promueven y fomentan la responsabilidad y ética en el ámbito empresarial. En este sentido, compartimos con humildad los conocimientos y aprendizajes adquiridos durante más de cuatro décadas de experiencia, donde hemos establecido valiosas interacciones con actores clave de la industria de la construcción y otras instituciones pertenecientes al tercer sector.



Pacto Global Red Chile

Pacto Global Red Chile

Participamos activamente en diversas iniciativas destinadas a promover e impulsar la plena integración de los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas en nuestra estrategia corporativa. A través de estas instancias, buscamos fortalecer nuestra responsabilidad y contribuir al desarrollo sostenible en todos los ámbitos de nuestra operación.



Cámara Chilena de la construcción

Mediante la participación en múltiples actividades promovidas por esta institución, nos mantenemos al tanto de las últimas tendencias en responsabilidad empresarial, gestión de negocios y el potencial que poseemos para contribuir a las nuevas regulaciones y mejores prácticas de gobernanza en el ámbito empresarial.



Cámara de Comercio de Santiago

Respaldar el crecimiento y desarrollo de los profesionales del sector de la construcción, al mismo tiempo que buscamos fomentar y fortalecer la actividad constructiva en nuestra nación.



## 7.3 Política de relacionamiento comunitario y grupos de interés

### **Política de relacionamiento Comunitario**

Nuestra Política de Relacionamiento Comunitario nos impulsa a ser una empresa socialmente responsable en todas nuestras interacciones con las personas y las comunidades en general. Buscamos activamente contribuir al desarrollo de las comunidades donde estamos presentes, reconociendo la importancia de establecer relaciones mutuamente beneficiosas basadas en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos.

Esta política es parte integral de nuestra Política de Sostenibilidad y es aplicable a todas las áreas de Imperial. Exigimos la implementación y el cumplimiento de esta política por parte de todos nuestros colaboradores, a través de una declaración formal, reafirmando nuestro compromiso con la comunidad enfatizando los siguientes ámbitos nuestra Política de Relacionamiento Comunitario:

### Ámbito pulso de comunidad



Conocer y considerar las expectativas de la comunidad, realizando evaluaciones sistemáticas sobre el impacto de cada apertura y/o remodelación mayor de nuestras instalaciones, entre quienes habitan dentro de la zona de influencia y gestionando sus resultados.



Mantener informados a la comunidad y vecinos sobre los avances de los compromisos adquiridos.

### Ámbito desarrollo social y alianzas



Fomentar la empleabilidad local, por intermedio de alianzas con organismos comunitarios y municipalidades correspondientes, además de impulsar, participar y colaborar con ferias laborales locales.



Ofrecer capacitación y desarrollo a clientes y comunidad en mejoramiento del hogar, eficiencia energética, eficiencia hídrica, disminución de impactos medioambientales, reciclaje y consumo responsable, a través de nuestra página web y CEM.



Ofrecer espacios para la comercialización de productos y servicios a sectores de menores ingresos que le permitan mejorar efectivamente su calidad de vida.



Potenciar la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo impulsando colaborativamente el desarrollo de proyectos con impacto social vinculados preferentemente al mejoramiento de la habitabilidad de los vecinos, a través de nuestro programa Construye tu Idea.



Estrechar alianzas estratégicas con instituciones u organizaciones sociales con las que compartimos intereses y objetivos comunes, para mejorar las condiciones de vida de las personas en las comunidades donde estamos presentes, o de alcance nacional o regional.

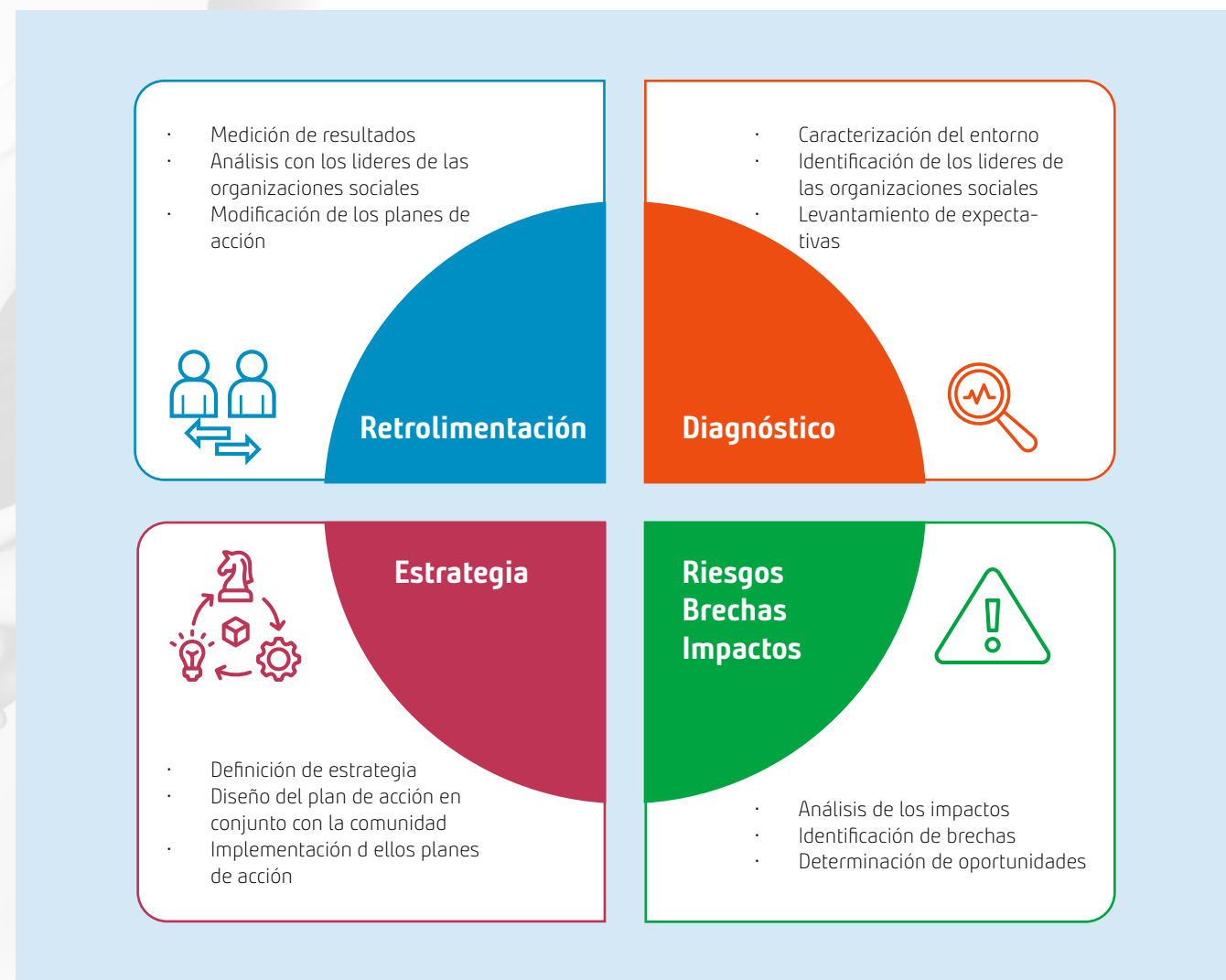
La Subgerencia de Procesos y Sostenibilidad es quien asume la responsabilidad de gestionar e impulsar la Política de Relacionamento Comunitario, asegurando que sea revisada periódicamente, actualizada y esté disponible públicamente. Su tarea principal es difundir y promover los principios establecidos en

dicha política a todos nuestros grupos de interés, con el objetivo de lograr una mejora continua. Para ello, se realiza un seguimiento y medición de los objetivos que nos permiten alcanzar mayores estándares de sostenibilidad en nuestro negocio.

## 7.4 Modelo de Gestión de Relacionamiento Comunitario

Hemos desarrollado el Modelo de Gestión de Relacionamiento Comunitario planteándonos como objetivo una gestión comunitaria que diseñe e implemente planes en conjunto con la comunidad, que mitigue los impactos negativos y potencie los efectos positivos.

Los cambios y nuevas exigencias de los últimos años nos desafían a fijar un estándar de vinculación con las comunidades donde operamos. Esto significa hacernos cargo de nuestras externalidades, empatizar con los miedos y realidades de las comunidades y dar garantías de una relación recíproca en el tiempo basándonos en cuatro etapas:



## Diagnóstico



Identificamos y caracterizamos el entorno más cercano a nuestras instalaciones. **Cercanía es todo aquello que se encuentra en un radio de 20 cuadras alrededor de una de nuestras tiendas o centros de distribución.**

Es necesario realizar constantemente este proceso, ya que pueden surgir nuevos actores y/o cambiar las necesidades del entorno. El fin de este proceso es generar un documento que permita conocer al menos los siguientes aspectos de la comunidad:

- **Organizaciones sociales que la componen:** incluyendo, su ubicación geográfica, el nombre de sus líderes, la cantidad de personas o beneficiados que la componen, la frecuencia con que se reúnen y el tipo de actividad que desarrollan.
- **Impactos:** realizamos un levantamiento de la percepción que tienen los integrantes de las organizaciones sociales identificadas, respecto a la operación de Imperial y los efectos que causan en su comunidad, separando los impactos positivos y negativos, reales y potenciales.
- **Expectativas:** conocer las expectativas permite generar oportunidades y aportar al mejoramiento de la calidad de vida desarrollando proyectos colaborativos.

Este proceso debe ser sistemático a través de diálogos y consultas comunitarias, y observando la normativa vigente detallada en el Protocolo de Relacionamento con Grupos de Interés.

## Riesgos, brechas e impactos



En esta etapa el Comité de Sostenibilidad analiza los datos obtenidos en el diagnóstico y confecciona una matriz de riesgos e impactos comunitarios y medioambientales de las operaciones. Una vez completada la matriz de riesgos e impactos se debe identificar las brechas y priorizarlas. Además, se deben determinar las oportunidades que permitan realizar acciones en conjunto con la comunidad y que vayan en línea con nuestro negocio.

En la Matriz Gestión de Temas Materiales - Riesgos e Impactos, se indicará los responsables de gestionar cada tema material; los modelos de gestión, programas y/o políticas que nos permiten abordar formalmente los riesgos e impactos; y la gestión que hacemos sobre los riesgos de estos impactos indicando la matriz, la causa del riesgo y los controles con los que mitigamos los riesgos.

## Estrategia



El Comité prioriza las oportunidades de mejora y en función de ellas fija una estrategia para abordar los temas de interés. Es importante la participación de la comunidad, a través de los líderes de las organizaciones sociales, en la confección de los planes de acción a desarrollar, lo que concluye en un documento que describa los planes de acción a desarrollar, los tiempos de ejecución y los elementos de medición que permitan una retroalimentación de los planes de acción. Esta estrategia tiene tres pilares que norman este relacionamiento:

- **Diálogo abierto:** nuestro relacionamiento debe ser permanente y generará lazos de confianza y credibilidad.
- **Transparencia:** toda información entregada debe ser certera y oportuna, y versará sobre los ámbitos de acción identificados y priorizados.
- **Relación de Beneficio Mutuo:** las iniciativas desarrolladas deben generar valor a ambas partes.

Las Gerencias de Áreas podrán elaborar programas de acción hacia la comunidad teniendo las siguientes consideraciones:

1. El programa abordará una o más oportunidades levantadas en la etapa de diagnóstico.
2. El programa se debe diseñar en conjunto con la comunidad, idealmente se debe considerar un voluntariado en Imperial para implementar junto con los miembros de la comunidad el programa.
3. El programa debe ser reportado periódicamente al Comité Ejecutivo, comunicando los grados de avance y aquellos elementos que pudieran poner en riesgo el programa.
4. El programa debe ser monitoreado una vez finalizado, para ello se buscará una consultora externa que realice encuestas de satisfacción en la comunidad.



### Retroalimentación

Todos los programas que se realicen para y con la comunidad deben incorporar la métrica que usaremos para medir su impacto. Una vez obtenidos estos resultados, nuestros representantes se reunirán con los líderes de las organizaciones sociales para realizar un análisis y determinar las mejoras a los programas implementados.

La retroalimentación hacia la comunidad será entregada por los Gerentes de Tienda, Gerente de Logística, Gerente de Plantas y Jefes de Bodegas según corresponda, respetando nuestro Protocolo de Relacionamento Comunitario. Nuestros programas de capacitación implementarán cursos / talleres que entreguen herramientas para un buen relacionamiento con la comunidad.

|                                                                                                                                                                  |    |                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Impacto en las comunidades</b><br>GRI:413-1<br>En Imperial, contamos con los siguientes elementos para analizar nuestros impactos en las comunidades locales: |    |                                                                                       |
| Evaluaciones de impacto del género en función de los procesos participativos                                                                                     | No |    |
| Evaluaciones del impacto ambiental                                                                                                                               | Si |    |
| Programas de desarrollo comunitario locales basados en las necesidades de las comunidades locales                                                                | Si |    |
| Planes de participación de los grupos de interés en función del mapeo de los grupos de interés                                                                   | Si |    |
| Comités y procesos de consulta con las comunidades locales, que incluyan a grupos vulnerables                                                                    | No |  |
| Consejos de trabajo, comités de salud y seguridad en el trabajo y otros organismos de representación de los trabajadores para tratar los impactos                | Si |  |
| Procesos formales de queja y/o reclamación en las comunidades locales                                                                                            | Si |  |

## Enfoque de gestión tema Material: **Inversión Social**

GRI 3-3

Buscamos impulsar el desarrollo de las comunidades, enfocándonos en la colaboración y la participación de todos los miembros de la comunidad, buscando soluciones sostenibles y generando un cambio significativo en el ámbito de la habitabilidad y el entorno. Para lograrlo, implementamos programas de inversión comunitaria y promovemos el voluntariado entre nuestros colaboradores. Estos programas son diseñados, implementados y evaluados de manera conjunta con la comunidad, con el objetivo de generar un impacto positivo y duradero en la sociedad.

### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Mejoras en la calidad de vida



#### Negativos:

- Percepción de lejanía de la realidad social de su entorno

## 7.5 Inversión social

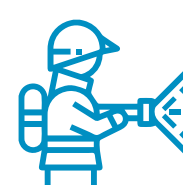
### Principales beneficiarios de los programas de inversión social:



Institutos y Liceos  
Técnicos



Juntas de vecinos



Cuerpo de bomberos



Asociaciones  
protectoras de  
animales



Clubes deportivos

*En 2022 destinamos más de \$ 12.000.000 a inversión social para financiar programas cuya finalidad sea contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas e incentivar la vida comunitaria.*

## 7.6 Construyamos Tu Idea – Edición Comunidades

En 2022 llevamos a cabo por segundo año consecutivo la iniciativa “Construyamos tu Idea – Edición Comunidades”. Esta convocatoria tiene como objetivo brindar apoyo a los residentes locales para que implementen ideas que promuevan una mejor calidad de vida y fomenten la vida comunitaria.

Participaron diversas organizaciones de la unidad vecinal donde se encuentran ubicadas nuestras tiendas y centro de distribución. Entre los participantes se incluyeron Juntas de Vecinos, y organizaciones sin fines de lucro, como clubes deportivos, clubes sociales, fundaciones, corporaciones, cooperativas y otras entidades.



### Tiendas Imperial participantes:



Centro de distribución  
La Martina



Concepción



Huechuraba



La Serena



Maipú



Rancagua



Santa Rosa



Reñaca



**40**  
organizaciones  
participantes



**40**  
proyectos  
presentados a la  
convocatoria



**7**  
proyectos  
adjudicados



**+1.600**  
vecinos beneficiados  
por la ejecución  
de los proyectos  
adjudicados

Los proyectos participantes en esta convocatoria están enfocados en mejorar la infraestructura comunitaria, buscando tener un impacto positivo en la comunidad.

Estos proyectos abarcan diferentes tipos de mejoras, tales como:

- Mejoramiento fachada en general
- Cierre perimetral
- Reacondicionamiento de espacios (baños, cocina, etc.)
- Techumbre
- Iluminación
- Aislación térmica
- Habilitación de espacios para personas con discapacidad
- Compra de herramientas
- Pavimentación
- Construcción de espacios (bodega, caniles, etc.)
- Mejoramiento plaza

El reconocimiento otorgado a cada una de las organizaciones seleccionadas incluyó la entrega de materiales y productos disponibles tanto en las tiendas como en la página web de Imperial, por un valor de \$1.000.000. Estos fondos fueron destinados, en un 100%, en el desarrollo del proyecto presentado por la organización.

En esta segunda versión de nuestro Programa Construyamos tu Idea Edición Comunidades incorporamos la participación de todos los colaboradores de las instalaciones participantes, lo que se tradujo en:

Pre selección de los ganadores: el gerente de tienda en conjunto con un grupo de colaboradores revisaron los proyectos recibidos y preseleccionaron dos iniciativas, las que fueron enviadas al Comité Ejecutivo, quienes determinaron a los ganadores.

Recepción de los ganadores: un grupo de colaboradores, liderados por el gerente de tienda, recibió a los participantes que obtuvieron el premio, felicitándoles por la iniciativa presentada.

# Organizaciones adjudicadas



Tienda Imperial

Concepción



Organización

Corporación de Ayuda a los Animales y al Medio Ambiente

## “Por un reino Imperial: Nuevos caniles para el albergue COAAMA”

El objetivo del proyecto presentado es mejorar la calidad de vida de los rescatados mediante la construcción de caniles protegidos y seguros para enfrentar diferentes condiciones climáticas. El proyecto busca construir dos caniles utilizando materiales como polines, mallas, camas, pastelones, planchas de zinc y aislante térmico, forrados en su interior con terciado estructural.

Los caniles se ubicarán en áreas protegidas del viento y con una superficie que impida la inundación durante las lluvias. Con la construcción de estos caniles, se espera lograr una mejor calidad de vida para los rescatados, evitando enfermedades y brindándoles un entorno seguro y confortable, especialmente para los perros de edad avanzada.



Tienda Imperial

Huechuraba



Organización

Junta de vecinos Nororiente

## “Bodega provisoria para nuestra sede”

El propósito es embellecer nuestra sede provisional mediante la construcción de una bodega contigua para liberar la mitad del espacio ocupado actualmente por un contenedor de 10 pies que funciona como nuestra sede y bodega temporal. El objetivo es construir una bodega de 13,50 metros cúbicos en madera, ubicada al lado del contenedor que sirve como sede provisional.



Tienda Imperial

La Serena



Organización

Quinta Compañía de Bomberos La Serena

## “Ayúdanos para ayudarte”

Nuestro propósito es mejorar los espacios comunes del cuartel y beneficiar a los bomberos voluntarios y a los vecinos interesados en utilizarlos; mejorar las salas de baños y cocina, reemplazando muebles, estructura y accesorios de aquellos lugares que se encuentren deteriorados o inutilizables, con el objetivo de mejorar la comodidad y bienestar de los bomberos y lograr un mejor tiempo de respuesta ante emergencias de la comunidad; además, la mejora de los baños, necesarios para la comunidad, beneficiará a ambos grupos de la misma manera.



Tienda Imperial

Maipú



Organización

Centro Cultural, Social y del Medioambiente El Ceibo

## “Buscando la inclusión y accesibilidad universal”

El objetivo es subsanar el problema de accesibilidad en nuestras instalaciones mejorando el acceso al recinto, asegurando la inclusión de adultos mayores y personas con movilidad reducida, mediante la construcción de radieres de hormigón en los caminos y áreas delimitadas de nuestras instalaciones.

Equiparar las cotas y suavizar las pendientes para facilitar el libre desplazamiento y la accesibilidad, evitando obstáculos y dificultades durante días de lluvia, humedad o riego de las zonas verdes.

Agregar techumbres en los puntos de tránsito para proteger a las personas de los elementos climáticos y mejorar su experiencia en el recinto.



Tienda Imperial

Rancagua



Organización

Agrupación Manos Solidarias

#### **“Un quincho para el edén”**

Nuestro objetivo es mejorar las instalaciones del quincho, donde los abuelitos se reúnen para socializar y preparar pan, para brindarles un espacio de esparcimiento más adecuado.

Proponemos reemplazar el techo actual, garantizando un mejor aislamiento térmico y evitando que los abuelitos sientan frío durante su estancia en el quincho.

También deseamos construir un radier para nivelar y mejorar la superficie del piso, proporcionando una base sólida y segura para que los abuelitos se desplacen con comodidad.

Además, planeamos añadir paredes al quincho, con el objetivo de protegerlos del frío y brindarles un ambiente más acogedor y confortable.



Tienda Imperial

Reñaca



Organización

Club Deportivo Villa Industrial

#### **“Reparación techumbre y cielo club villa industrial”**

Tenemos la intención de renovar el techo y el cielo del club para brindar una cálida bienvenida a nuestros jugadores, socios y, especialmente, a los niños de la comunidad. Para lograrlo, procederemos a retirar el techo y el cielo actual, reemplazando las maderas y cualquier otro material dañado debido a la humedad.



Tienda Imperial

Santa Rosa



Organización

Junta de Vecinos Santa Isabel Oriente 20B

#### **“Mejoramiento de acceso y seguridad de la sede de la Junta de Vecinos”**

El proyecto tiene como objetivo adquirir los materiales necesarios para mejorar la seguridad de nuestra sede mediante la realización de mejoras en la reja de acceso, elevando la altura de la pared actual y reemplazando las puertas.

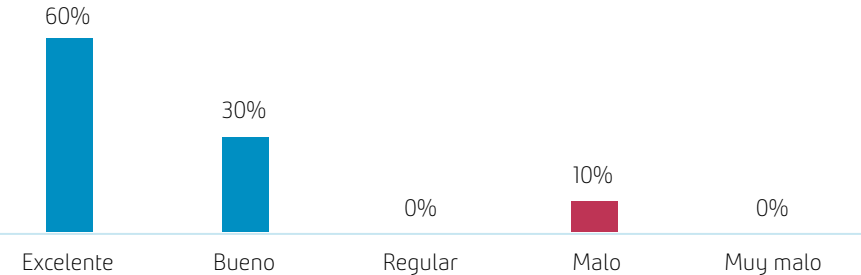
Contamos con una pared colindante con los vecinos que no cumple con las normas de altura adecuadas, además de una reja en mal estado y puertas deterioradas. Esta situación ha generado efectos negativos en cuanto a la convivencia y la seguridad, tanto para nuestra sede como para nuestros vecinos, habiéndonos visto afectados por varios robos.

### Evaluación y efectividad del programa

Al finalizar el programa realizamos una evaluación la cual se llevó a cabo mediante un proceso de análisis y seguimiento de los participantes de la convocatoria, además se realizaron entrevistas y encuestas para obtener retroalimentación directa de los participantes y evaluar su satisfacción con el programa. Los resultados obtenidos evidenciaron la efectividad del programa, demostrando un impacto positivo en la comunidad y una mejora significativa en la calidad de vida de los beneficiarios.

La comunidad percibe que Imperial demuestra preocupación por los sectores en los que está presente, lo que ha llevado a que recomienden ampliamente el programa “Construyamos tu Idea”. La empresa ha recibido una calificación muy positiva y ha sido objeto de numerosos comentarios de agradecimiento. En estos comentarios, se destaca que Imperial muestra un genuino compromiso con la comunidad, algo que no se observa en otras empresas.

¿Cómo fue el acompañamiento que recibió por parte de Imperial durante la etapa de inscripción?



“Venían hasta mi casa a explicarlo todo”

“Siempre respondiendo dudas”

“Me ayudaron a contestar los papeles”

Faltó difundir información sobre por qué no ganaron las organizaciones”

De 1 a 7, siendo 1 muy malo y 7 muy bueno, ¿Cómo evalúa el concurso Construyamos tu idea 2022? (Opinión ganadores del concurso)

Nota promedio obtenida: **6,4**

De 1 a 7, siendo 1 muy malo y 7 muy bueno, ¿Cómo evalúa el concurso Construyamos tu idea 2022? (Opinión participantes)

Nota promedio obtenida: **5,7**

¿Usted cree que Imperial se preocupa y contribuye a su comunidad? (Opinión participantes)

**El 90% de los encuestados respondió SI**

“Por la preocupación demostrada, por el apoyo de ayudar a las organizaciones y poder embellecer y recuperar partes de nuestras comunidades”

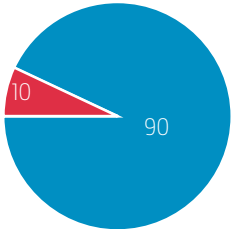
“Dando oportunidades para mejorar e implementar espacios”

¿Usted cree que Imperial se preocupa y contribuye a su comunidad? (Opinión ganadores del concurso)

**El 100% de los encuestados respondió SI**

“Otras entidades comerciales no se preocupan de hacer nada para instituciones así. Y nos brindaron un gran apoyo con este premio”

Recomendaría este programa a alguna otra organización



¿Cómo percibe a Imperial y su programa de Sostenibilidad?

“Agradecemos la empresa tenga un programa de sostenibilidad y vinculación con el medio tan efectivo, también agradecemos el criterio de sustentabilidad en sus productos”

# 08

CAPÍTULO

# ***Compromiso ambiental***

- 8.1 Política de gestión ambiental
- 8.2 Logística sostenible
- 8.3 Ecoeficiencia operacional
- 8.4 Cambio climático
- 8.5 Gestión de la energía
- 8.6 Consumo responsable del agua
- 8.7 Residuos y circularidad

# 8.1 Política de Gestión Ambiental

GRI:307-1

*En Imperial, como parte de Sodimac S.A., estamos alineados con el compromiso de la carbono-neutralidad al 2030, lo que nos permite guiar nuestra conducta empresarial por el camino de la sostenibilidad.*



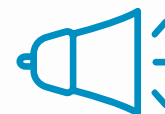
0

multas y sanciones no monetarias significativas por el incumplimiento de leyes o normativas en materia de medio ambiente durante 2022.

Nuestras prácticas ambientales buscan identificar, medir, reducir y mitigar nuestros impactos ambientales, mejorar la eficiencia energética, fomentar la conciencia ecológica en nuestra organización, promocionar entre nuestros clientes el uso de productos eco-amigables y concientizar a nuestros grupos de interés sobre los efectos del cambio climático.

La gestión ambiental se encuentra dentro de nuestros ámbitos de desarrollo estratégico, en ese contexto, **durante enero 2022, nuestro directorio aprobó la actualización del Programa Ambiental, que se basa en cuatro objetivos.**

## Objetivos del Programa Ambiental



Establecer, comunicar y guiar las conductas esperadas de los colaboradores y proveedores en relación con el medioambiente.



Instaurar mecanismos que permitan dar cumplimiento a las exigencias legales y a los compromisos medioambientales de la empresa.



Gestionar los riesgos medioambientales.



Designar un oficial de cumplimiento ambiental para la implementación y gestión de dicho programa.

El Programa Ambiental también cuenta con **elementos comunicacionales, de ejecución, de control y normativos** para reforzar su aplicación y robustecer el programa.

Comunicacionales



Medidas para robustecer el programa

- Acciones de difusión orientadas a los colaboradores sobre normativa ambiental y conducta esperada de la empresa respecto a dichas obligaciones.
- Inducciones sobre el programa ambiental.
- Envío de correos y material de apoyo sobre el programa ambiental.
- Acciones de concientización a través de la celebración de fechas importantes para el medio ambiente.
- Capacitaciones sobre política ambiental y de cambio climático, programa ambiental, normativa ambiental y riesgos medioambientales.

De ejecución



Medidas para robustecer el programa

- Oficial de cumplimiento, quien vela por la implementación y cumplimiento del programa.
- Evaluación de riesgos asociados a la normativa ambiental y cambio climático.
- Incorporación de cláusulas contractuales a colaboradores y proveedores sobre el programa ambiental.
- Análisis legal sobre juicios y procedimientos sancionatorios en materia de normativa ambiental.
- Medidas disciplinarias y correctivas ante incumplimiento de la normativa y programa ambientales.

De control



Medidas para robustecer el programa

- Reportes de cumplimiento a la gerencia y directorio.
- Registro de denuncias y sanciones ambientales.
- Auditoría al Programa Ambiental.
- Monitoreo y actualización del programa.
- Casillas de consulta para que los colaboradores puedan preguntar si es que tienen alguna duda sobre el cumplimiento de la normativa ambiental o el programa.

Normativa



Medidas para robustecer el programa

- Protocolo de Fiscalización de Autoridades Ambientales.
- Instructivo para la Obtención y Gestión de Permisos Ambientales.
- Protocolo sobre el Reporte de Información a la Autoridad.
- Protocolo de Cumplimiento de la Responsabilidad Extendida del Productor.
- Código de Integridad.
- Cumplimiento de la Política Ambiental y Cambio Climático.

## Enfoque de gestión tema Material:

### Lógica sostenible

GRI 3-3

Buscamos constantemente mejorar nuestras operaciones logísticas, implementando estrategias que nos permitan realizar entregas eficientes y sostenibles. Nuestro enfoque se centra en la optimización de los procesos, rutas y despachos hacia los clientes, con el objetivo de minimizar las emisiones de CO<sub>2</sub> y la contaminación acústica.

A través de la planificación de rutas, mejorando la gestión logística, buscamos contribuir a la preservación del medioambiente y fomentar una cadena de suministro más sostenible.

Durante julio de 2022 el directorio aprobó el Modelo de Gestión Logística, que busca adaptarse al dinamismo de las nuevas industrias, integrando los niveles estratégicos, tácticos y operativos al resto de los procesos.

### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Disminución de las emisiones
- Disminución de los tiempos de entrega

## 8.2 Logística sostenible

### Principales objetivos del Modelo de Gestión Logística

Disminuir costos operativos

Eficientar procesos para disminuir tiempos de espera

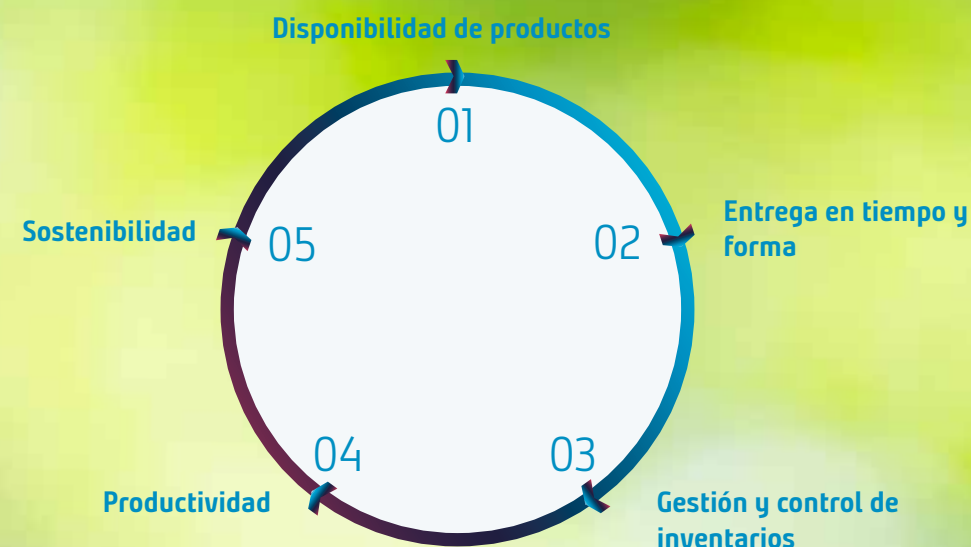
Aumentar la digitalización

Desarrollar logística sostenible

Gestión global de procesos como inventarios, costos, etc

Para mejorar la logística y que se desarrolle de manera sostenible, se instauraron 5 fases en el proceso de gestión:

### Fases de la gestión logística



En el marco de estas fases, estamos en proceso de implementación de diversos proyectos que permitirán alcanzar nuestros objetivos. Dentro de las iniciativas más importantes se encuentran:

- **Instalación de DMS** (Document Management System): sistema de planificación de Centros de Distribución (CEDIS).
- **Aplicación del WMS** (Warehouse Management System): sistema de administración de bodegas.
- **Sistema de compras automáticas:** permite la reposición de mercadería automática tanto en tienda como en centros de distribución.
- **APP de Despacho:** 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.
- **Recepción Certificada en Tiendas y Digitalización de la Entrega:** Este proyecto tiene como objetivo eficientar 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.
- **Logística Omnicanal:** Comprende distintas iniciativas y mejoras que tienen como objetivo eficientar 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 centros de distribución/tiendas.
  - Desarrollo de Flujo Long Tail.
  - Hub de Tiendas Imperial para Despacho a clientes.
  - Proyecto Intercompany con Sodimac.
  - Click and Collect Corporativo.

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

- 1 Convenio con SOREPA para reciclaje de cartón y papel.
- 2 Trabajar con los proveedores para reciclar metal, plástico y maderas.
- 3 Capacitar a los colaboradores y habilitar contenedores para el reciclado de papel al interior de bodegas.
- 4 Revisar con área comercial política de embalaje de proveedores.

En materia de gestión logística de transporte, hemos incorporado las siguientes acciones sostenibles:

- Mantener transporte en ferrocarril desde puerto San Antonio a Renca, disminuyendo nuestra huella de carbono.
- Aplicación de políticas de transporte con normas de sostenibilidad.
- Priorizar a transportistas con camiones certificados de menor contaminación.

Enfoque de gestión tema Material:

**Ecoeficiencia operacional**

GRI 3-3

Implementamos prácticas de uso eficiente de los recursos, lo que contribuye con el medio ambiente y reduce nuestros costos operativos.

Creamos conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente tanto dentro de nuestra organización como en todas nuestras interacciones con otros actores, a través de campañas informativas, celebración de días importantes para el planeta e infografías en nuestras tiendas.

**Impactos para el entorno:**



**Positivos:**

- Disminución de las emisiones
- Cuidado del medio ambiente

# 8.3 Ecoeficiencia operacional

En cada instalación hemos implementado un Plan de gestión ambiental, el cual nos permite planificar, implementar, monitorear, y difundir los mecanismos por los cuales reducimos nuestros impactos en el entorno. 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 estos planes, dentro de los cuales se incluyen campañas de concientización del uso de los recursos:



Reforzamos la ecoeficiencia operacional a través de comunicados que lanzamos durante todo el año, sobre la importancia del ahorro energético, hídrico y de materiales.

En Imperial nos preocupamos por nuestros impactos ambientales, y con el fin de prevenir la contaminación y reducir o mitigar los posibles efectos en el cambio climático, nos concentramos en reducir el consumo de agua y emisiones, además de gestionar nuestros residuos y fomentar la economía circular.

Enfoque de gestión tema Material:

**Cambio climático**

GRI 3-3

Desarrollamos programas específicos para medir, reducir y mitigar las emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero (GEI). Esto contribuye a la transición hacia una economía neutral en carbono y nos ayuda a gestionar los riesgos relacionados con el clima, como la escasez de agua y los eventos extremos.

**Impactos para el entorno:**



**Positivos:**

- Disminución de las emisiones
- Cuidado del medio ambiente



**Negativos:**

- Contaminación del aire a través de partículas sólidas y gaseosas
- Aumento de las emisiones

# 8.4 Cambio climático

Para darle solidez al Programa ambiental y lograr un impacto real, contamos con la Política Ambiental y de Cambio Climático, que busca impulsar el desarrollo de nuestras actividades de manera sostenible, reduciendo los impactos adversos de nuestra operación en el entorno.

**Principios de la Política Ambiental y de Cambio Climático**



**Acciones asociadas**

- Implementación de un programa de cumplimiento
- Relación con proveedores y socialización de nuestras políticas
- Compromiso con el cambio climático
- Revisión y seguimiento del cumplimiento ambiental
- Gestión de residuos
- Mejoramiento continuo de la ecoeficiencia operacional
- Protección a la biodiversidad
- Compromiso de cumplimiento

Inversiones ambientales

Durante 2022 realizamos inversiones ambientales por un total de MM\$ 263, lo que representa un 44% más que el año anterior. Estos recursos se destinaron principalmente a eficiencia energética, disminución de la contaminación del aire y aminoración de ruidos molestos. Estas acciones nos han permitido mitigar los principales impactos dentro de nuestras operaciones y aumentar la eficiencia de nuestros procesos.

Nuestra inversión ambiental 2021 versus 2022

|      | Sistema de iluminación LED en tiendas y bodegas | Sistema de aspiración de polvo | Sistema de insonorización |
|------|-------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| 2021 | MM\$65                                          | MM\$114                        | MM\$4                     |
| 2022 | MM\$10                                          | MM\$253                        | 0                         |

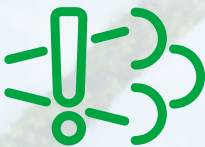
Huella de carbono

El cálculo de la huella de carbono se rige por el estándar ISO 14064-1:2019 y los lineamientos de cálculo del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol). En este cálculo se tuvieron en cuenta las emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1), las emisiones indirectas derivadas de la compra de energía (alcance 2) y otras emisiones indirectas en la cadena de valor (alcance 3). Para determinar las emisiones de GEI, se tuvieron en cuenta las emisiones de los siete gases de efecto invernadero reconocidos por el Protocolo de Kyoto y el IPCC: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>, HFC y PFC.

Tipo de emisiones



**Emisiones directas de GEI (alcance 1)**  
Estas emisiones directas son producto de la combustión en fuentes fijas y móviles, procesos fisicoquímicos y fugas de gases refrigerantes, en fuentes bajo control.



**Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)**  
Emisiones indirectas debido a la adquisición y uso de energía eléctrica, vapor, calor, enfriamiento.



**Otras emisiones GEI (alcance 3)**  
Otras emisiones indirectas a lo largo de la cadena de valor. Estas emisiones son consecuencia de las actividades de la empresa, pero ocurren en fuentes que no son propiedad o no están controladas por la empresa.

Total emisiones (tCO2e)

GRI 305-1; 305-2;

|                              | 2020    | 2021    | 2022   |
|------------------------------|---------|---------|--------|
| Alcance 1                    | 1.068   | 788     | 2.000  |
| Alcance 2                    | 2.306   | 2.029   | 2.000  |
| Alcance 3                    | 200.530 | 214.162 | 73.000 |
| Total Emisiones Corporativas | 203.904 | 216.979 | 77.000 |

Intensidad de las emisiones de GEI

GRI 305-4

Ratio de intensidad de las emisiones de GEI en tCO2e: 0,077

Parámetros específicos seleccionados para calcular el ratio

| Parámetros                                             | Unidad              |
|--------------------------------------------------------|---------------------|
| Emisiones GEI totales (método mercado) / Ventas en UF  | 0,037 tCO2e / UF    |
| Emisiones GEI totales (método mercado) / Ventas en USD | 0,00098 tCO2e / USD |
| Energía eléctrica / superficie tiendas + CD + bodegas  | 41 kWh / m²         |

Hoy contamos con un vehículo eléctrico para nuestras operaciones.

Electromovilidad

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



- A futuro, se tiene contemplado también sumar las siguientes iniciativas:
- Aumentar a 3 camiones eléctricos.
  - Incorporar grúas eléctricas.
  - Incorporación de motor a transpaletas manuales para mayor eficiencia y mejoramiento calidad de vida de colaboradores.
  - Aumentar dotación de enfiladoras automáticas para ahorro de material.
  - Finalizar renovación de luces led para 100% de bodegas La Martina.
  - 100% de reciclaje en desechos de maderas, metales, plásticos, papel en los 3 centros de distribución.

# 8.5 Gestión de la energía

GRI: 302-1; 302-2

En todas nuestras instalaciones, nos abastecemos de energía tanto del suministro eléctrico como de combustibles fósiles para alimentar nuestras maquinarias y calderas. Sin embargo, a través de nuestras iniciativas enfocadas en el uso responsable de este recurso, logramos importantes avances. En 2022 nuestro consumo de electricidad se redujo en un 30,26%, y la intensidad energética combinada, que incluye tanto electricidad como diésel, disminuyó en un 25,5%.

Además, seguimos implementando luminarias LED en todas nuestras dependencias. Estas luminarias son eficientes y tienen una vida útil de hasta 15 mil horas, permitiéndonos lograr un ahorro energético significativo, ya que distribuyen la luz de manera eficiente y no contienen elementos tóxicos. De esta manera, continuamos avanzando en nuestra meta de utilizar recursos energéticos de manera más sostenible y reducir nuestra huella ambiental.

Consumo energético fuera de la organización (Kw/H):

463.016

## Eficiencia energética – consumo directo de energía (kW/H)

| 2018      | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 9.728.528 | 9.928.544 | 9.937.844 | 9.776.534 | 6.818.603 |

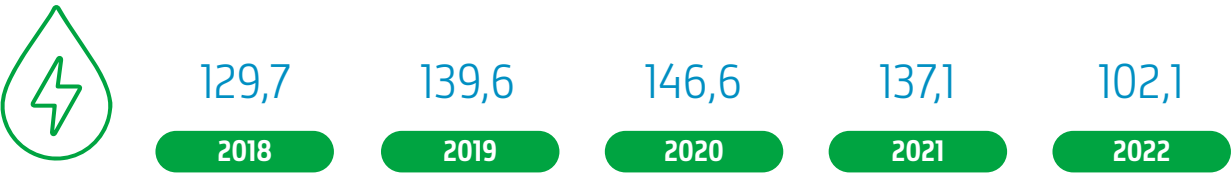
## Total de combustibles dentro de la organización.

| Categorías                                                            | Kw/H      |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| Total de combustibles de fuentes no renovables                        | 488.356   |
| Total de combustibles de fuentes renovables                           | -         |
| Consumo de electricidad                                               | 6.330.198 |
| Consumo de calefacción                                                | -         |
| Consumo de refrigeración                                              | 49        |
| Consumo de Vapor                                                      | -         |
| Consumo total de energía dentro de la organización (Consumo absoluto) | 6.818.603 |

## Total de combustibles de fuentes no renovables (L)

| Combustible de fuentes no renovables                                       | Cantidad de litros |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Diésel utilizado en generadores                                            | 25.330             |
| Consumo Diésel en vehículos de personal de la empresa que rinde el gasto   | 120.583            |
| Consumo Gasolina en vehículos de personal de la empresa que rinde el gasto | 342.433            |

Intensidad energética combinada de combustible y electricidad



Intensidad energética de combustible y electricidad



Reducción del consumo energético respecto al año 2021

GRI 302-4:



kW/h  
2.957.931  
Reducción de consumo

Intensidad energética

GRI 302-3:

| Parámetros dentro de la organización           | Valor   |
|------------------------------------------------|---------|
| Total de combustibles de fuentes no renovables | 7,162%  |
| Consumo de electricidad                        | 92,837% |
| Consumo de refrigeración                       | 0,001%  |

## 8.6 Consumo responsable del agua

GRI 303-5

En nuestras operaciones el consumo de agua se limita a las actividades de limpieza industrial y consumo humano, obteniéndola de la red de agua potable local. Dado el contexto hídrico del país, utilizamos este recurso de manera responsable. A través de esfuerzos sostenidos, hemos logrado **reducir nuestro consumo de agua en un 12%** en comparación con el periodo anterior, pasando de un consumo de 51.417 m<sup>3</sup> en 2021 a 45.234 m<sup>3</sup> en 2022.

Para alcanzar esta reducción, hemos implementado diversas medidas destinadas a optimizar el uso del agua en nuestras instalaciones. En primer lugar, hemos ajustado la presión del agua de manera que se ofrezcan niveles adecuados sin exceder el consumo necesario. Además, nos aseguramos de reparar cualquier fuga, filtración o evaporación que pueda ocurrir, evitando así pérdidas innecesarias de agua.

En el ámbito industrial, optamos por utilizar agua no potable siempre que sea posible. Asimismo, hemos instalado sensores en los grifos y cisternas para evitar pérdidas accidentales debido a descuidos en su manejo. También hemos optimizado el uso de nuestros aparatos de refrigeración y calefacción, lo que ha contribuido a un uso más eficiente del agua en dichos procesos.

### Consumo total de agua en m<sup>3</sup>



Evolución del consumo en zonas con estrés hídrico

Consumo total de agua (en m³) de las zonas con estrés hídrico.

| Regiones             | Comunas                        | 2020   | 2021   | 2022           |
|----------------------|--------------------------------|--------|--------|----------------|
| Región de Coquimbo   | La Serena                      | 2.112  | 1.538  | 1.120          |
| Región de Valparaíso | Valparaíso                     | 406    | 530    | 356            |
|                      | Reñaca                         | 5.321  | 972    | 807            |
| Región Metropolitana | Centro de Distribución         | 4.896  | 6.786  | 167            |
|                      | Planta RTA (Ready To Assemble) | 2.777  | 3.499  | 8.096          |
|                      | Huechuraba                     | 1.983  | 986    | 1.510          |
|                      | Maipú                          | 4.670  | 6.187  | 7.080          |
|                      | Mapocho                        | 9.230  | 6.146  | 4.314          |
|                      | San Bernardo                   | 547    | 424    | Tienda Cerrada |
|                      | Santa Rosa                     | 7.815  | 9.877  | 9.252          |
|                      | Vespucio                       | 1.132  | 2.925  | 1.199          |
|                      | Administración Central (1)     | 1.827  | 1.574  | -              |
| Región de O'Higgins  | Rancagua                       | 1.084  | 976    | 1.880          |
| Región del Maule     | Talca                          | 1.106  | 1.548  | 1.696          |
| Total                |                                | 44.816 | 43.978 | 37.477         |

Nota (1): Consumo de agua de Administración Central 2022, se encuentra unificado con consumo de Tienda Santa Rosa 2022.

Consumo total de agua (en m³) de las zonas sin estrés hídrico.

| Regiones               | Comunas      | 2020  | 2021           | 2022           |
|------------------------|--------------|-------|----------------|----------------|
| Región de Biobío       | Concepción   | 5.043 | 5.248          | 5.662          |
|                        | Hualpén      | 732   | Tienda Cerrada | Tienda cerrada |
| Región de La Araucanía | Temuco       | 2.020 | 864            | 1.082          |
| Región de Los Lagos    | Puerto Montt | 16    | 1.327          | 1.013          |
| Total                  |              | 8.711 | 7.439          | 7.757          |

## Enfoque de gestión tema Material:

### Residuos y circularidad

GRI 3-3

Enfocados en promover una gestión responsable de los residuos generados en nuestra operación, tanto peligrosos como no peligrosos, hemos desarrollado programas e iniciativas que buscan establecer un compromiso con la circularidad, tanto en nuestra compañía como en toda la cadena de valor.

Nuestro Modelo de Gestión de Residuos nos proporciona las directrices para llevar a cabo acciones concretas con el objetivo de encontrar nuevos usos o integrar nuevamente a nuestra cadena de valor el material desechado. Asimismo, buscamos reducir progresivamente nuestros residuos, garantizar y su correcta disposición, a fin de disminuir nuestro impacto ambiental.

La correcta implementación y seguimiento de este modelo de gestión de residuos es responsabilidad de varios departamentos, incluyendo la Gerencia Comercial, de Operaciones, Logística, Administración y Finanzas, en conjunto con la Subgerencia de Personas.

#### Impactos para el entorno:



#### Positivos:

- Generación de menos desechos



#### Negativos:

- Aumento de la contaminación en ríos, mares y aguas subterráneas.
- Gran cantidad de residuos por el embalaje de los productos.
- Deterioro de ecosistemas (flora y fauna) por basurales

## 8.7 Residuos y circularidad

### Gestión de residuos

GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4; 306-5

La gestión de los residuos no peligrosos y peligrosos se lleva a cabo a través de un proveedor, quien se encarga de recogerlos y enviarlos a destinatarios finales según su ubicación más cercana a nuestras instalaciones. Esto nos permite asegurar una adecuada disposición de estos residuos, cumpliendo con los requisitos legales y minimizando su impacto ambiental.

El aserrín es la principal fuente de residuos generados debido al volumen de tableros y melaninas que vendemos, por lo que nos hemos asegurado de tomar medidas para mitigar su impacto en la salud y comodidad de nuestros empleados, clientes y la comunidad circundante. Todas nuestras máquinas de corte están equipadas con un sistema de aspiración centralizada para recolectar eficientemente el aserrín. Además, hemos establecido una alianza estratégica con la empresa especializada GESMA, la cual se encarga de convertir el aserrín recuperado en biomasa, elemento que sirve para la producción de energía térmica, por ejemplo, en generadores de vapor y hornos.

En nuestro Centro de Distribución hemos implementado un sistema de reciclaje para los pallets de madera utilizados. Estos pallets son enviados a un proveedor especializado que se encarga de valorizar y reutilizar los materiales, evitando así que se conviertan en residuos.

La recolección de información sobre los residuos gestionados se realiza a través de la facturación de nuestros proveedores, quienes indican las cantidades retiradas en las unidades correspondientes. Para garantizar un control efectivo de los datos, utilizamos declaraciones en el portal del Ministerio del Medio Ambiente (MMA), aprovechando su Ventanilla Única para el manejo de información ambiental.



Residuos no peligrosos

En 2022 logramos reducir un 23% los residuos no peligrosos respecto a 2021.

Generación de residuos no peligrosos, en toneladas (t)

| Categorías                  | 2020  | 2021  | 2022    | Variación 2021 vs 2022 |
|-----------------------------|-------|-------|---------|------------------------|
| Basura y despunte de madera | 4.524 | 4.885 | 3.780   | -23%                   |
| Cartón reciclado            | 1,32  | 31    | 39,7    | 28%                    |
| Aserrín                     | 498   | 573   | 386     | -33%                   |
| Total                       | 5.023 | 5.489 | 4.205,7 | -23%                   |

Total de los residuos no peligrosos destinados a eliminación, en toneladas métricas, fuera de las instalaciones de Imperial

|                                                 |         |
|-------------------------------------------------|---------|
| Residuos no peligrosos destinados a eliminación | 2022    |
| Incineración (con recuperación energética)      | 386     |
| Incineración (sin recuperación energética)      | -       |
| Traslado a un vertedero                         | 3.780   |
| Otras operaciones de eliminación.               | 425,7   |
| Total                                           | 4.591,7 |

Total de los residuos no peligrosos que no fueron destinados a eliminación, en toneladas (t)

| Residuos no destinados a eliminación | 2020 | 2021  | 2022   |
|--------------------------------------|------|-------|--------|
| Cartón reciclado                     | 1    | 31,0  | 39,7   |
| Aserrín convertido en biomasa        | 498  | 573   | 386    |
| Total                                | 499  | 604,0 | 4.25,7 |

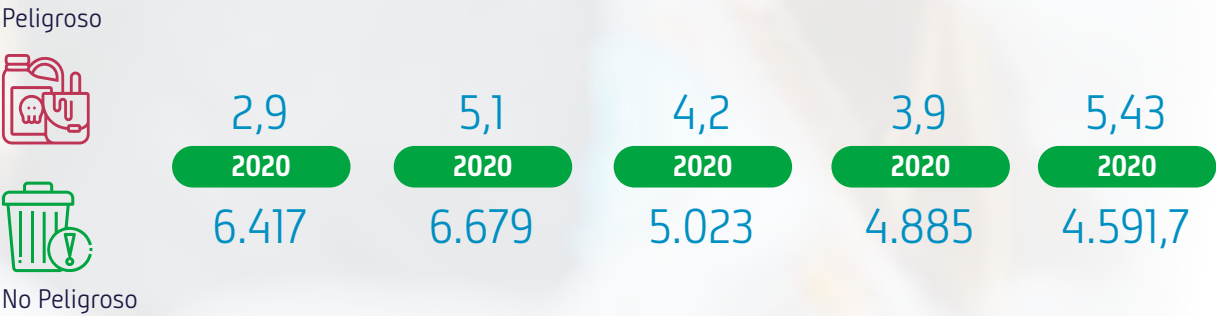


Total de los residuos peligrosos destinados a eliminación, en toneladas métricas, fuera de las instalaciones de Imperial

Residuos no peligrosos destinados a eliminación

|                                            |      |
|--------------------------------------------|------|
| Incineración (con recuperación energética) | 0    |
| Incineración (sin recuperación energética) | 0    |
| Traslado a un vertedero                    | 0    |
| Otras operaciones de eliminación.          | 5,43 |
| Total                                      | 5,43 |

Evolución de generación de residuos según tipo (t)



# 09

CAPÍTULO

## ***Acerca de este reporte***

9.1 Cómo se elaboró este reporte

9.2 Proceso de materialidad

9.3 Temas materiales ordenados según ámbito

9.4 Pacto Global y Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS)

9.5 Índice de contenidos GRI



# 9.1 Como se elaboró este reporte

GRI:2-3;2-5

El Reporte de Sostenibilidad Imperial 2022 marca el noveno año consecutivo en el que presentamos información económica, ambiental, y sobre las personas y derechos humanos, a nuestros diversos grupos de interés. Este documento, de publicación anual, comprende el período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022. Nuestro informe abarca todas nuestras operaciones, incluyendo nuestras tiendas, bodegas, oficinas y centro de distribución.

Para la realización de este documento hemos seguido la metodología internacional propuesta por la Iniciativa Global de Reporte (GRI, por sus siglas en inglés) para la elaboración de informes de sostenibilidad. Esto ha implicado seguir los lineamientos establecidos para definir la relevancia de la información, adhiriendo a la opción “de referencia” para determinar los indicadores utilizados.

Este reporte fue publicado el 24 de julio de 2022 y no cuenta con verificación externa.

## PUNTO DE CONTACTO

**César Burgos**

Subgerente de Procesos y Responsabilidad Social



**Teléfono:** (562) 22399 8107



**Correo:** cburgos@imperial.cl



# 9.2 Proceso de materialidad

GRI:2-4, 3-1;3-2

Nuestro enfoque de materialidad es un proceso integral que realizamos como parte de Sodimac S.A., lo cual nos permite identificar y abordar los mismos temas materiales. Aunque reconocemos las diferencias que existen entre nosotros y Sodimac en términos de tamaño e historia, nuestro objetivo es elaborar un reporte que refleje tanto nuestra alineación corporativa como el enfoque distintivo de nuestra gestión. Por lo tanto, hemos llevado a cabo un análisis exhaustivo de la materialidad corporativa, realizando una actualización de los temas materiales para que se adapten a nuestro espíritu Imperial. Como resultado, pasamos de 11 temas materiales en 2021 a 14 temas materiales en 2022.

### Comparación de temas materiales 2021 versus 2022

| Temas materiales 2021[1]                    | Temas materiales 2022                    |
|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| 1) Gobierno y estrategia corporativa        | 1) Innovación y desarrollo               |
| 2) Desarrollo y bienestar laboral           | 2) Empleo y clima laboral                |
| 3) Diversidad e inclusión laboral           | 3) Formación y desarrollo                |
| 4) Gestión de impactos ambientales          | 4) Gestión del entorno                   |
| 5) Relaciones comunitarias                  | 5) Inversión social                      |
| 6) Digitalización de la gestión de clientes | 6) Transformación digital                |
| 7) Eficiencia energética                    | 7) Ecoeficiencia operacional             |
| 8) Uso responsable del agua                 | 8) Cambio climático                      |
| 9) Desarrollo de proveedores                | 9) Gestión sostenible de proveedores     |
| 10) Desarrollo de clientes especialistas    | 10) Experiencia del cliente              |
| 11) Logística sostenible                    | 11) Logística sostenible                 |
|                                             | 12) Protección de datos y ciberseguridad |
|                                             | 13) Salud y seguridad                    |
|                                             | 14) Residuos y circularidad              |

Durante este proceso de actualización, determinamos los temas materiales en base a dos procesos:

- identificación de impactos de forma continua
- priorización de los temas materiales.

#### Identificación de impactos de forma continua;

Para comprender el contexto de la organización, revisamos los 24 temas materiales del Grupo Sodimac, además de analizar 366 documentos internos de Imperial y el marco regulatorio nacional. Posteriormente, para identificar y evaluar la importancia de los impactos obtenidos, se desarrollaron 16 entrevistas internas a ejecutivos principales y colaboradores, 11 entrevistas a proveedores y clientes. Gracias a este ejercicio, definimos el contenido y el alcance de cada tema material, estableciendo tendencias para el reporte.

#### Priorización de los temas materiales

Para determinar los temas materiales se llevó a cabo un análisis en conjunto con los ejecutivos principales sobre los resultados del proceso anterior, en donde se dio prioridad a los impactos más significativos, dando como resultado 14 temas materiales.

## 9.3 Temas materiales ordenados según ámbito

GRI:3-2



Innovación y desarrollo

Transformación digital



Experiencia cliente

Protección de datos y ciberseguridad



Empleo y clima laboral

Formación y desarrollo laboral

Salud y seguridad

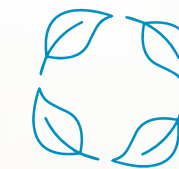


Gestión sostenible de proveedores



Gestión con el entorno

Inversión social



Cambio climático

Medio ambiente

Ecoeficiencia operacional

Residuos y circularidad

Logística sostenible

# 9.4 Pacto Global y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Somos miembros de Pacto Global de las Naciones Unidas desde 2015. A través de nuestro reporte de sostenibilidad abordando los 10 principios fundamentales. Estos principios buscan fortalecer el desempeño empresarial en áreas como los derechos humanos, el cumplimiento de las normas laborales, la protección del medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

**Objetivos de Desarrollo Sostenible**

Nuestra gestión 2022 prioriza 9 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de 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.

| Tema material                        | ODS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Innovación y desarrollo              |                                                                                                                                                                                   |
| Transformación digital               |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Experiencia cliente                  |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Protección de datos y ciberseguridad |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Empleo, clima laboral y beneficios   |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Formación y desarrollo laboral       |                                                                                                                                                                                   |
| Salud y seguridad                    |                                                                                                                                                                                   |
| Gestión sostenible de proveedores    |                                                                                                                                                                                 |
| Gestión con el entorno               |                                                                                                                                                                               |
| Inversión social                     |                                                                                                                                                                               |
| Cambio climático                     |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Ecoeficiencia operacional            |     |
| Residuos y circularidad              |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Logística sostenible                 |                                                                                                                                                                               |

## 9.5 Índice de contenidos GRI utilizando como referencia

GRI 3-3

### Declaración de uso

Imperial ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 01 de enero y el 31 de diciembre de 2022, utilizando como referencia los Estándares GRI.

### GRI usado

GRI 1: Fundamentos 2021

| CATEGORÍA                                                   | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                          | Páginas |
|-------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------|---------|
| La organización y sus prácticas de presentación de informes | 2-1       | Detalles organizativos                                               | 6       |
|                                                             | 2-2       | Entidades incluidas en la organización<br>informes de sostenibilidad | 6,32    |
|                                                             | 2-3       | Período de notificación, frecuencia y<br>contacto punto              | 150     |
|                                                             | 2-4       | Reexpresiones de información                                         | 151     |
|                                                             | 2-5       | Aseguramiento externo                                                | 150     |
| Actividades y trabajadores                                  | 2-6       | Actividades, cadena de valor y otras<br>relaciones comerciales       | 21      |
|                                                             | 2-7       | Empleados                                                            | 63-64   |
|                                                             | 2-8       | Trabajadores que no son empleados                                    | 66      |

| CATEGORÍA  | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                     | Páginas                                      |
|------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Gobernanza | 2-9       | Estructura y composición de la gobernanza                                       | 39                                           |
|            | 2-10      | Nominación y selección del máximo órgano de gobierno                            | 39                                           |
|            | 2-11      | Presidente del máximo órgano de gobierno                                        | 39-40                                        |
|            | 2-12      | Papel del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos | 39                                           |
|            | 2-13      | Delegación de responsabilidad para manejo de impactos                           | 39                                           |
|            | 2-14      | Papel del máximo órgano de gobierno en informes de sostenibilidad               | 39                                           |
|            | 2-15      | Conflictos de interés                                                           | 39                                           |
|            | 2-16      | Comunicación de preocupaciones críticas                                         | 39                                           |
|            | 2-17      | Conocimiento colectivo de los más altos órgano de gobierno                      | 41                                           |
|            | 2-18      | Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno                          | No procede, Imperial no evalúa al Directorio |
|            | 2-19      | Políticas de remuneración                                                       | 65                                           |
|            | 2-20      | Proceso para determinar la remuneración                                         | 65                                           |
|            | 2-21      | Ratio de compensación total anual                                               | Confidencial                                 |

| CATEGORÍA                              | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                              | Páginas                                           |
|----------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Estrategia, políticas y prácticas      | 2-22      | Declaración sobre desarrollo sostenible estrategia                                       | 4-5                                               |
|                                        | 2-23      | Compromisos de política                                                                  | 38                                                |
|                                        | 2-24      | Incorporación de compromisos políticos                                                   | 39                                                |
|                                        | 2-25      | Procesos para remediar los impactos negativos                                            | 49                                                |
|                                        | 2-26      | Mecanismos para buscar asesoramiento y planteando preocupaciones                         | 49                                                |
|                                        | 2-27      | Cumplimiento de leyes y regulaciones                                                     | 55                                                |
|                                        | 2-28      | Asociaciones de miembros                                                                 | 121                                               |
| Participación de los grupos de interés | 2-29      | Enfoque para la participación de las partes interesadas                                  | 119-121                                           |
|                                        | 2-30      | Acuerdos colectivos de negociación                                                       | 88                                                |
| Temas Materiales                       | 3-1       | Proceso para determinar temas materiales                                                 | 151                                               |
|                                        | 3-2       | Lista de temas materiales                                                                | 151                                               |
|                                        | 3-3       | Gestión de temas materiales                                                              | 33,35,68,77,81,95,101,111,118,127,136,138,139,146 |
| Desempeño económico 2016               | 201-1     | Valor económico directo generado y distribuido                                           | 31                                                |
|                                        | 201-2     | Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | 59                                                |

| CATEGORÍA                        | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                             | Páginas |
|----------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Presencia en el mercado 2016     | 202-1     | Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local | 65      |
|                                  | 202-2     | Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local                        | 66      |
| Prácticas de abastecimiento 2016 | 204-1     | Proporción de gasto en proveedores locales                                              | 106     |
| Anticorrupción 2016              | 205-1     | Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción                       | 55      |
|                                  | 205-2     | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción                | 54      |
|                                  | 205-3     | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas                                       | 55      |
| Energía 2016                     | 302-1     | Consumo energético dentro de la organización                                            | 142-143 |
|                                  | 302-2     | Consumo energético fuera de la organización                                             | 142-143 |
|                                  | 302-3     | Intensidad energética                                                                   | 143     |
|                                  | 302-4     | Reducción del consumo energético                                                        | 143     |
| Agua y efluentes                 | 303-5     | Consumo de agua                                                                         | 144     |
|                                  | 305-1     | Emisiones directas de GEI (alcance 1)                                                   | 141     |
| Emisiones                        | 305-2     | Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)                              | 141     |
|                                  | 305-3     | Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)                                           | 141     |
|                                  | 305-4     | Intensidad de las emisiones de GEI                                                      | 141     |

| CATEGORÍA                                | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                                                  | Páginas |
|------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Residuos 2020                            | 306-1     | Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos                               | 146-148 |
|                                          | 306-2     | Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos                                             | 146-148 |
|                                          | 306-3     | Residuos generados                                                                                           | 146-148 |
|                                          | 306-4     | Residuos no destinados a eliminación                                                                         | 146-148 |
|                                          | 306-5     | Residuos destinados a eliminación                                                                            | 146-148 |
| Cumplimiento ambiental                   | 307-1     | Cumplimiento ambiental                                                                                       | 134-135 |
| Evaluación ambiental de proveedores 2016 | 308-1     | Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales | 111     |
|                                          | 308-2     | Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                  | 116     |
| Empleo 2016                              | 401-1     | Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal                                                    | 69      |
|                                          | 401-2     | Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a empleados a tiempo parcial o temporales      | 70-72   |
|                                          | 401-3     | Permiso parental                                                                                             | 74      |
| Relaciones trabajador-empresa 2016       | 402-1     | Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales                                                          | 75      |

| CATEGORÍA                            | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                 | Páginas |
|--------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Salud y seguridad en el trabajo 2018 | 403-1     | Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.                                                                                      | 83      |
|                                      | 403-2     | Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes                                                             | 82      |
|                                      | 403-3     | Servicios de salud en el trabajo.                                                                                                           | 82      |
|                                      | 403-4     | Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.                                           | 82      |
|                                      | 403-5     | Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.                                                                            | 83      |
|                                      | 403-6     | Fomento de la salud de los trabajadores                                                                                                     | 82      |
|                                      | 403-7     | Prevención y mitigación de los impactos en la salud y seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales | 82      |
|                                      | 403-9     | Lesiones por accidente laboral.                                                                                                             | 84      |
|                                      | 403-10    | Dolencias y enfermedades laborales                                                                                                          | 85      |
|                                      | 404-1     | Media de horas de formación al año por empleado                                                                                             | 78      |
| Formación y educación 2016           | 404-2     | Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición                                                  | 77      |
|                                      | 404-3     | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional                                          | 79      |

| CATEGORÍA                                   | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                                                                        | Páginas |
|---------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 | 405-1     | Diversidad en órganos de gobierno y empleados                                                                                      | 86      |
|                                             | 405-2     | Ratio de salario base y la remuneración de mujeres frente a hombres                                                                | 87      |
| No discriminación 2016                      | 406-1     | Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas                                                                         | 87      |
| Evaluación de derechos humanos              | 412-1     | Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos                                            | 56-58   |
|                                             | 412-2     | Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos                                                        | 56-58   |
|                                             | 412-3     | Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos | 56-58   |
| Evaluación social de los proveedores 2016   | 414-1     | Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales                          | 111     |
|                                             | 414-2     | Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                                           | 116     |
| Salud y seguridad de los clientes 2016      | 416-1     | Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios                                      | 26      |
|                                             | 416-2     | Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de productos y servicios                                  | 95      |

| CATEGORÍA                   | INDICADOR | DESCRIPCIÓN                                                                                                      | Páginas |
|-----------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Marketing y etiquetado 2016 | 417-1     | Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios                                      | 26      |
|                             | 417-2     | Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios                 | 29      |
|                             | 417-3     | Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing                                             | 29      |
| Privacidad del cliente 2016 | 418-1     | Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente | 95-96   |

[1] Temas materiales de Imperial en 2021, no temas materiales corporativos de Sodimac.



**IMP****ERIAL**

El especialista  
para especialistas