

A young couple is shown in a bright, modern interior, likely a new home. The woman, on the left, is wearing a red long-sleeved top and is smiling warmly at the camera. The man, on the right, is wearing a blue t-shirt and is looking towards the woman with a smile. They are both holding large cardboard boxes. On top of the box the man is holding, there is a small potted plant with green leaves. The background features a large window with a view of greenery outside, and a white railing is visible in the lower right. The overall atmosphere is positive and optimistic.

**Entendemos la
sostenibilidad en el
largo plazo y con
valores compartidos**



Cambia, vive mejor



01

BIENVENIDOS A EASY

Bienvenidos a nuestro Primer Reporte de Sostenibilidad, en el que les presentaremos nuestra organización y su gestión 2014 en temas sociales, económicos, culturales y medioambientales.



Cambia, vive mejor

1.1 CARTA GERENTE GENERAL EASY¹ (G4-2) (G4-1)

En Easy queremos ser la empresa de mejoramiento del hogar omnicanal más querida y rentable de Latinoamérica. En ese sentido, durante los próximos años trabajaremos en acciones que nos ayuden a cumplir con este sueño.

Los clientes son una prioridad para todos los que formamos parte de la compañía, por ello durante el año pasado nos enfocamos en ofrecer mejores experiencias de compra a nuestros tres públicos objetivos: Mundo Hogar, Mundo Experto y Mundo Profesional. En ese contexto, decidimos centrarnos en ofrecer productos de calidad certificada, brindar una mayor variedad, aumentar la disponibilidad y mejorar la orientación de compra en tiendas.

Para seguir en esa línea, estamos desarrollando un "Programa de Omnicanalidad", que se enfocará en ofrecer servicios de calidad a través de todas nuestras plataformas de interacción con clientes, a través de tiendas, contactos telefónicos, internet y venta mayorista.

El abastecimiento de productos es un tema central para Easy, y en ese contexto nuestros proveedores son aliados estratégicos, pues sin su compromiso, responsabilidad y disponibilidad, el trabajo diario no sería posible. Queremos que todos los proveedores estén en línea con la misión y los valores que nos guían y sean parte de la estrategia de la compañía. Por eso, nos propusimos seguir estrechando nuestra relación con ellos, a través de una relación más participativa.

Esta decisión conlleva mejorar las instancias de relacionamiento, así como también las actividades de capacitación, que serán llevadas a cabo con el objetivo de que toda la cadena de valor esté alineada con nuestra política de RSE, para así lograr un trabajo en conjunto

que permita ofrecer una experiencia de compra satisfactoria, cuidando siempre nuestro impacto ambiental y social.

Para consolidar la relación con la comunidad, en 2014 trabajamos en una alianza con la fundación "Desafío Levantemos Chile", en una fructífera sinergia entre dos instituciones con fines diferentes, pero que se inspiran en lo mismo: dotar a las personas de instrumentos para que puedan cambiar y vivir mejor.

Sin duda, nuestros colaboradores son fundamentales, razón por la cual tener ambientes cómodos y seguros para ellos es uno de los focos más importantes que tenemos como empresa. En ese marco, hemos mejorado los indicadores de clima laboral que recoge la organización Great Place To Work, llegando en 2014 a 61 puntos de un máximo de 100, posición que registra un aumento en relación con los años anteriores.

Estamos convencidos de que un buen entorno laboral es aquel que ofrece oportunidades de desarrollo profesional. Por eso, nuestra Tienda Escuela, tiene como objetivo potenciar las habilidades de aquellos colaboradores que aprobaron el proceso de selección para ocupar cargos de jefatura en tienda.

Sabemos que, por su dinamismo, el negocio del retail tiene riesgos y desafíos, y dentro de la industria, Easy no es la excepción. El principal factor de riesgo para Easy es el nivel de consumo de las personas, que se ve afectado directamente por los ciclos económicos y sus variables de crecimiento, a través de indicadores como inflación, tasas de interés o desempleo. Complementan estas contingencias, la competencia y los riesgos reputacionales que también inciden en los volúmenes de ventas y en la relación con los consumidores, situaciones que nuestra empresa ha identificado y aborda a través de planes de contingencia.

Las principales oportunidades, y con ello los desafíos que tomaremos el próximo año, se estructuran en función de nuestros grupos de interés. Cumpliremos con programas de capacitación para los clientes del Mundo Profesional, con el objetivo de que puedan emprender y mejorar su negocio desde su relación con Easy, de manera de crear lazos de fidelidad con ellos, y así crecer juntos.

Las siguientes páginas son una muestra de nuestra gestión en 2014, trabajo que hemos realizado con transparencia y dedicación para todos los grupos de interés más importantes para Easy, y que al mismo tiempo es una Comunicación de Progreso (CoP) para Pacto Global. Asimismo, aquí detallamos las principales oportunidades, y desafíos que tomaremos el próximo año. Esperamos que este documento contribuya a retroalimentarnos más y mejor, y así poder contribuir al desarrollo sostenible de Easy y con ello al progreso de Chile.

Atentamente:



Diego Hammerer
Gerente General Easy Chile



¹ Gerente General de Easy Chile desde el segundo trimestre de 2015.

1.2 ¿CÓMO HICIMOS NUESTRO PRIMER REPORTE?

[G4-28] [G4-29] [G4-30] [G4-31] [G4-32] [G4-33]

En Easy trabajamos convencidos de que nuestra gestión debe ser responsable de cara al país, permitiendo que todos puedan vivir mejor.



Estamos orgullosos de presentar ante nuestros distintos grupos de interés, nuestro primer Reporte de Sostenibilidad. Buscamos plasmar de forma equilibrada y fiable los impactos y resultados de nuestra gestión en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2014. De esta forma, nos comprometemos a reportar anualmente información en materias sociales, económicas, medioambientales y culturales.

El informe fue generado bajo la metodología del estándar Global Reporting Initiative (GRI), elaborado por la organización holandesa y el más utilizado a nivel mundial. Este documento fue generado bajo la versión G4 de la Guía GRI, la más actualizada de este modelo.

La Guía GRI G4 cuenta con dos "Opciones de conformidad" para los reportes: "Esencial" y "Exhaustiva", según la cantidad de información que entregue cada documento. En Easy optamos por la alternativa "Esencial", que incorpora los elementos fundamentales de un reporte de sostenibilidad y constituye un marco en el cual las organizaciones transmiten las consecuencias de su desempeño.

Por ser este nuestro primer reporte de sostenibilidad, decidimos no verificarlo a través de una empresa externa, sin embargo, todos los contenidos abordados fueron consultados con los grupos de interés y priorizados en consenso con todas las áreas de la compañía, las cuales aprobaron el documento final.

Para conocer más detalles sobre este reporte, puede contactar a:

Cristian Ortiz, Gerente de Marketing Easy Chile.

Jorge Lielmil, Coordinador RSE Easy Chile.

Carolina Valenzuela, Jefa de Comunicaciones Internas Easy Chile.

Correo electrónico: sostenibilidadeasy@easy.cl

Teléfono: +56 2 2959 0400

Dirección: Avenida Kennedy 9001, piso 5, Las Condes, Santiago.



Cambia, vive mejor

1.2.1 NUESTROS TEMAS MATERIALES

(G4-17) (G4-18) (G4-19) (G4-20) (G4-21)

Para determinar los contenidos a tratar en el informe, elaboramos una "Matriz de Materialidad". Para ello, recurrimos a Gestión Social, consultora experta en desarrollo sostenible, quien nos apoyó en seguir los cuatro principios de materialidad propuestos por la metodología GRI-G4.



¿QUÉ ES LA MATERIALIDAD?

La materialidad corresponde a aquellos temas relevantes para la organización y que generan un impacto ya sea a nivel interno o externo, el que es percibido por los grupos de interés.

Para realizar el proceso de "Identificación" de temas y aspectos relevantes realizamos un levantamiento de información primaria y secundaria.

La documentación secundaria revisada, comprendió noticias y menciones públicas relacionadas con la organización durante 2014. Además realizamos un análisis de buenas prácticas, a través de la comparación de reportes de sostenibilidad de empresas pertenecientes a la industria de mejoramiento del hogar, tanto nacional como internacional. Finalmente, examinamos documentos internos de Easy, como las revistas, encuestas de clima laboral, tasa de satisfacción de clientes, audios de radio interna y documentos de políticas corporativas.

Junto con ello, realizamos una consulta a nivel interno y a nivel externo, que contó con entrevistas a 9 gerencias de la empresa y 3 encuestas representativas a trabajadores, clientes y proveedores.

FUENTE PRIMARIA



- Entrevistas a gerentes.
- Encuestas a clientes.
- Encuestas a trabajadores.
- Encuestas a proveedores.

FUENTE SECUNDARIA



- Análisis de prensa 2014.
- Benchmark de reportes de sostenibilidad nacional e internacional.
- Revisión de documentos internos de la empresa.

Gracias a ambos procesos de identificación de temas y de aspectos relevantes para la compañía y sus grupos de interés, obtuvimos un listado de 21 materias relacionadas con la gestión de nuestra empresa.

Las entidades relacionadas a Easy –a través de Cencosud- figuran en los estados financieros de la memoria anual de Cencosud y pueden ser revisadas en el siguiente link: www.cencosud.cl

Para el proceso de "Priorización" de los temas se realizó, junto a Gestión Social, un taller al que asistieron los principales ejecutivos de Easy, quienes discutieron y priorizaron los aspectos relevantes a levantar en el Reporte de Sostenibilidad 2014. Esto, según el impacto que los temas tuvieron en la organización, y su relevancia para los grupos de interés, específicamente: colaboradores, clientes, proveedores, y comunidad.

Durante la actividad, los temas fueron validados por la plana gerencial de Easy, y en la misma instancia se aprobó el alcance, la cobertura y el período objetivo del reporte.

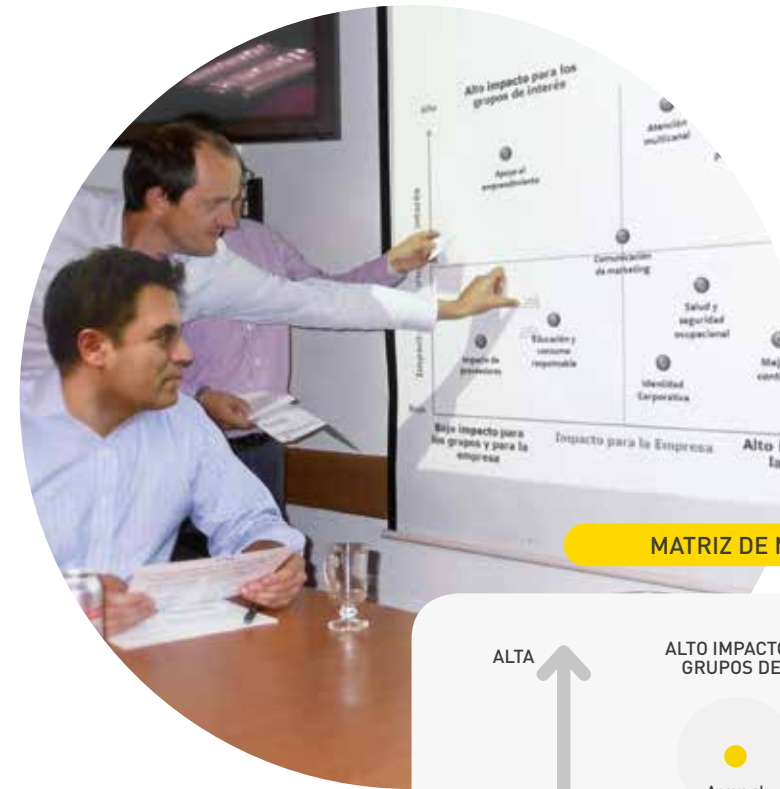
Finalmente, del listado de 21 temas se identificaron 13 temas como materiales para el Reporte de Sostenibilidad 2014.

MATERIALES

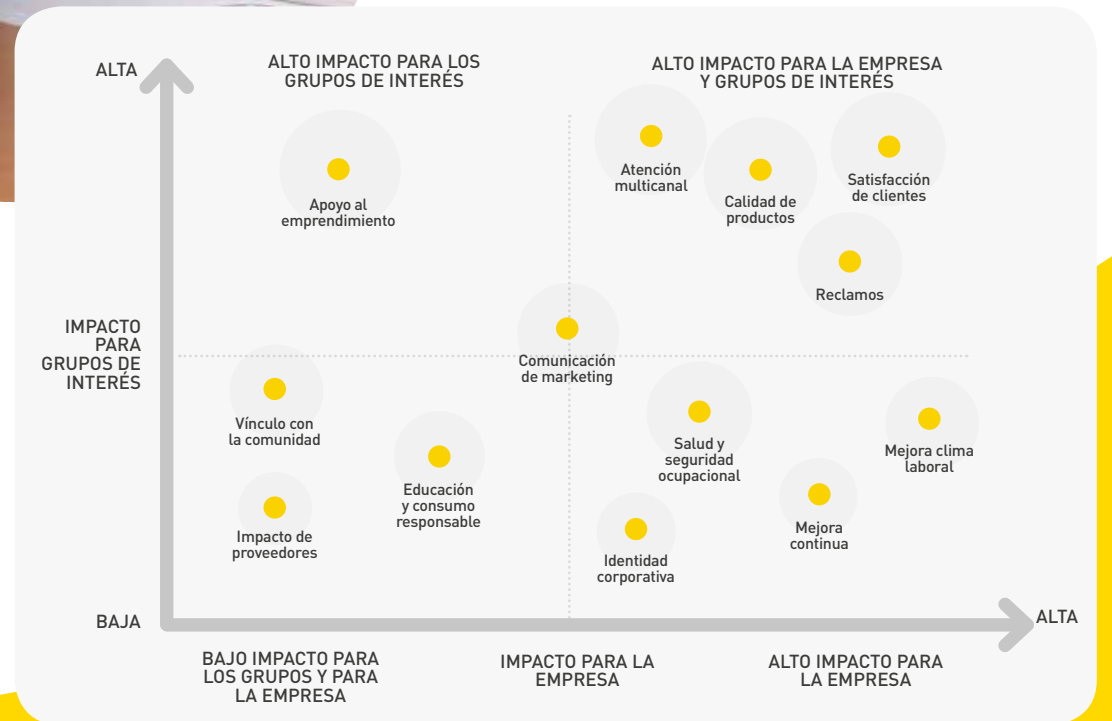
1. Satisfacción de clientes.
2. Calidad de productos.
3. Atención multicanal.
4. Comunicación de marketing.
5. Educación y consumo responsable.
6. Reclamos.
7. Identidad corporativa.
8. Mejorar clima laboral.
9. Mejora continua.
10. Salud y seguridad ocupacional.
11. Vínculo con la comunidad.
12. Impacto de proveedores.
13. Apoyo al emprendimiento a trabajadores.

No existe ningún tipo de limitación para los Temas Materiales dentro de Easy*.

*Cobertura: "Dentro de EASY" se refiere a todas las entidades que conforman la organización y "Fuera de EASY" se refiere a entidades externas con quienes tenemos relación.



MATRIZ DE MATERIALIDAD EASY 2014 (G4-22) (G4-23)



Como es el primer Reporte de Sostenibilidad de Easy, no existen reformulaciones de metodologías o reexpresiones de información de reportes de sostenibilidad anteriores. Asimismo, tampoco existen cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.



Trabajamos para
mejorar la calidad de
vida de las personas



Cambia, vive mejor



02

SOMOS EASY

Nuestra compañía es una unidad de negocio de Cencosud orientada al mejoramiento del hogar y la construcción. Contamos con más de 35 mil artículos que nuestros clientes pueden encontrar en todas las tiendas bajo distintas categorías.



Cambia, vive mejor

2.1 NUESTRA GRAN FAMILIA CENCOSUD

Buscamos que los clientes sean el centro de nuestro quehacer, razón por la cual les ofrecemos productos y servicios de acuerdo a su zona de origen, porque en Easy sabemos que el norte, el centro y el sur de nuestro país viven realidades diferentes y, por tanto, sus necesidades son diversas.

Cencosud es un holding internacional, con presencia en América Latina, que opera una estrategia multiformato, a través de supermercados, tiendas de mejoramiento para el hogar, centros comerciales, tiendas por departamento y retail financiero. Estas operaciones las complementa con actividades de corretaje de seguros y centros de entretenimiento familiar.

Actualmente, el holding cuenta con una presencia significativa en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia, operaciones coordinadas desde su casa matriz en Chile, y posee una dotación cercana a los 150.000 colaboradores.

De cara al futuro, Cencosud proyecta continuar con el desarrollo de su estrategia multiformato y aprovechar las ventajas competitivas de sus unidades de negocio, para consolidarse como uno de los retailer más reconocidos de América Latina.

Cencosud es una sociedad anónima abierta y, como tal, se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, de la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores y la normativa de la Superintendencia de Valores y Seguros, entre otras. Además, como entidad que transa valores en los Estados Unidos de Norteamérica, Cencosud S.A. está inscrita en la SEC (Securities and Exchange Commission) y cumple con las disposiciones de la Ley Sarbanes Oxley de 2002, entre otras.

El holding Cencosud mantiene registradas y en trámite de registro una serie de marcas comerciales en Chile, Argentina, Colombia, Brasil y Perú, entre las cuales se mencionan: Easy, Jumbo, Santa Isabel, Disco, Vea, Florida Center, Las Palmas del Pilar, Plaza Vea, Paris, Johnson, Banco Paris, Tarjeta Cencosud, Circulo Más, Wong, Metro, Gbarbosa y Puntos Cencosud, entre otras.

De acuerdo a las normas legales, el registro de las marcas tiene una vigencia de 10 años renovables indefinidamente.

: En Chile, en el segmento de tiendas de mejoramiento para el hogar, Easy se ubica como el segundo operador más importante del mercado.

2.1.1 LINEAMIENTOS QUE NOS GUÍAN (G4-13) (G4-34) (G4-56)

El Directorio de Cencosud, principal órgano superior de gobierno corporativo de todas las unidades de negocio del holding, es liderado por Horst Paulmann, presidente de la entidad desde sus inicios.

Así, el Directorio está compuesto por nueve miembros, los que pueden ser o no accionistas. El cargo de "director" tiene una duración de tres años en sus funciones, con derecho a reelección indefinida. El actual directorio estará vigente entre los años 2013-2016.

En conformidad a la ley de Sociedades Anónimas, Cencosud cuenta con un Comité de Directores que cumplen las funciones especialmente indicadas en dicha ley.

En los años 2013 y 2014 el Comité de Directores fue integrado por:

- Roberto Philipps.
- David Gallagher (independiente).
- Richard Büchi (independiente).

Durante 2014, el Comité de Directores sesionó 9 veces y llevó a cabo actividades de conocimiento, revisión, aprobación y declaración de conformidad de auditorías, memorias e informes de gobierno a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), entre otras muchas funciones.

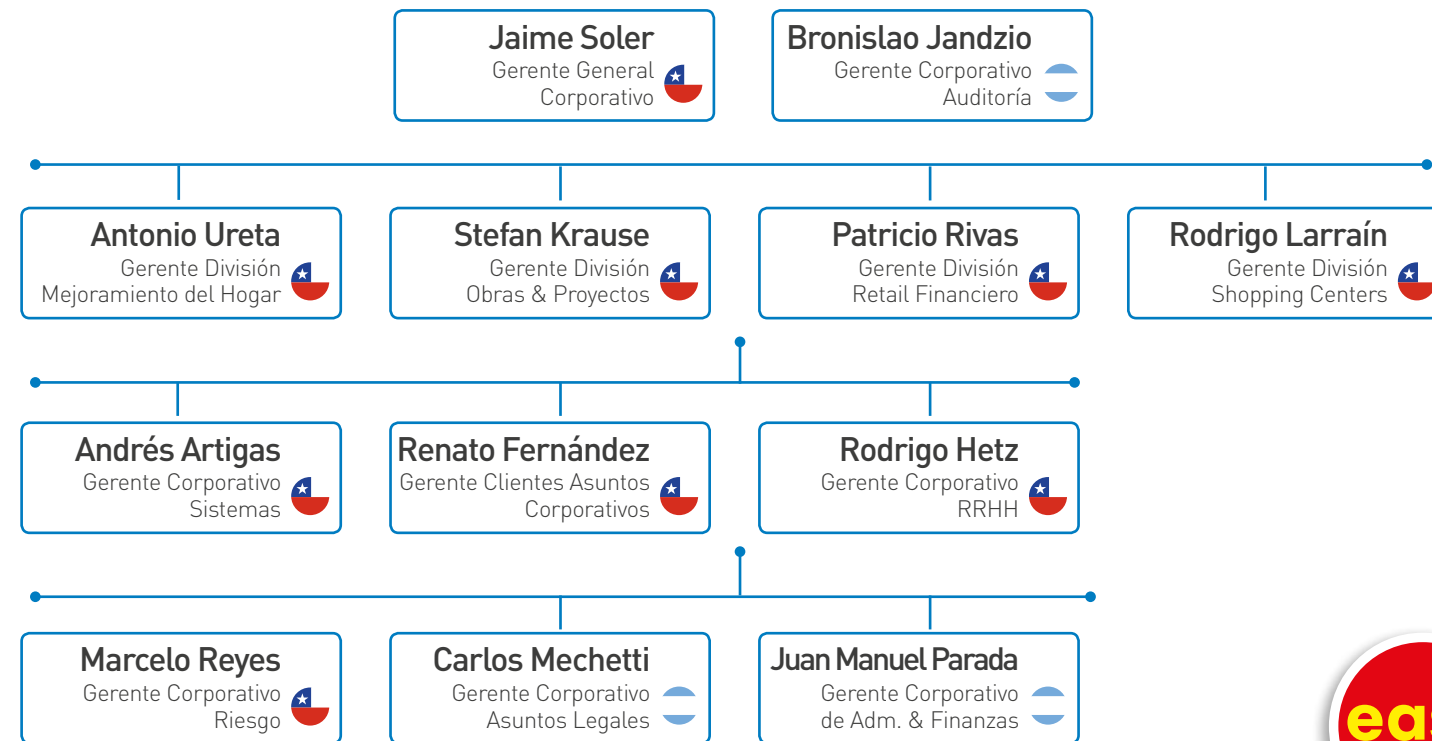


ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CENCOSUD



Bajo el directorio, la estructura organizacional* de Cencosud, que rige la organización tanto en su planificación como gestión, esta compuesta por:

| DIRECTORIO | | |
|--|------------|---|
|  | | |
| NOMBRE | CARGO | PROFESIÓN |
| Horst Paulmann | Presidente | Empresario |
| Heike Paulmann | Directora | Ingeniero Comercial |
| Peter Paulmann | Director | Ingeniero Comercial |
| David Gallagher | Director | Economista |
| Erasmus Wong Lu | Director | Ingeniero Civil |
| Roberto Phillips | Director | Contador Público Nacional |
| Cristián Eyzaguirre | Director | Economista |
| Julio Moura | Director | Ingeniero Civil y Administrador de Empresas |
| Richard Büchi | Director | Ingeniero Civil |



* Estructura organizacional 2015

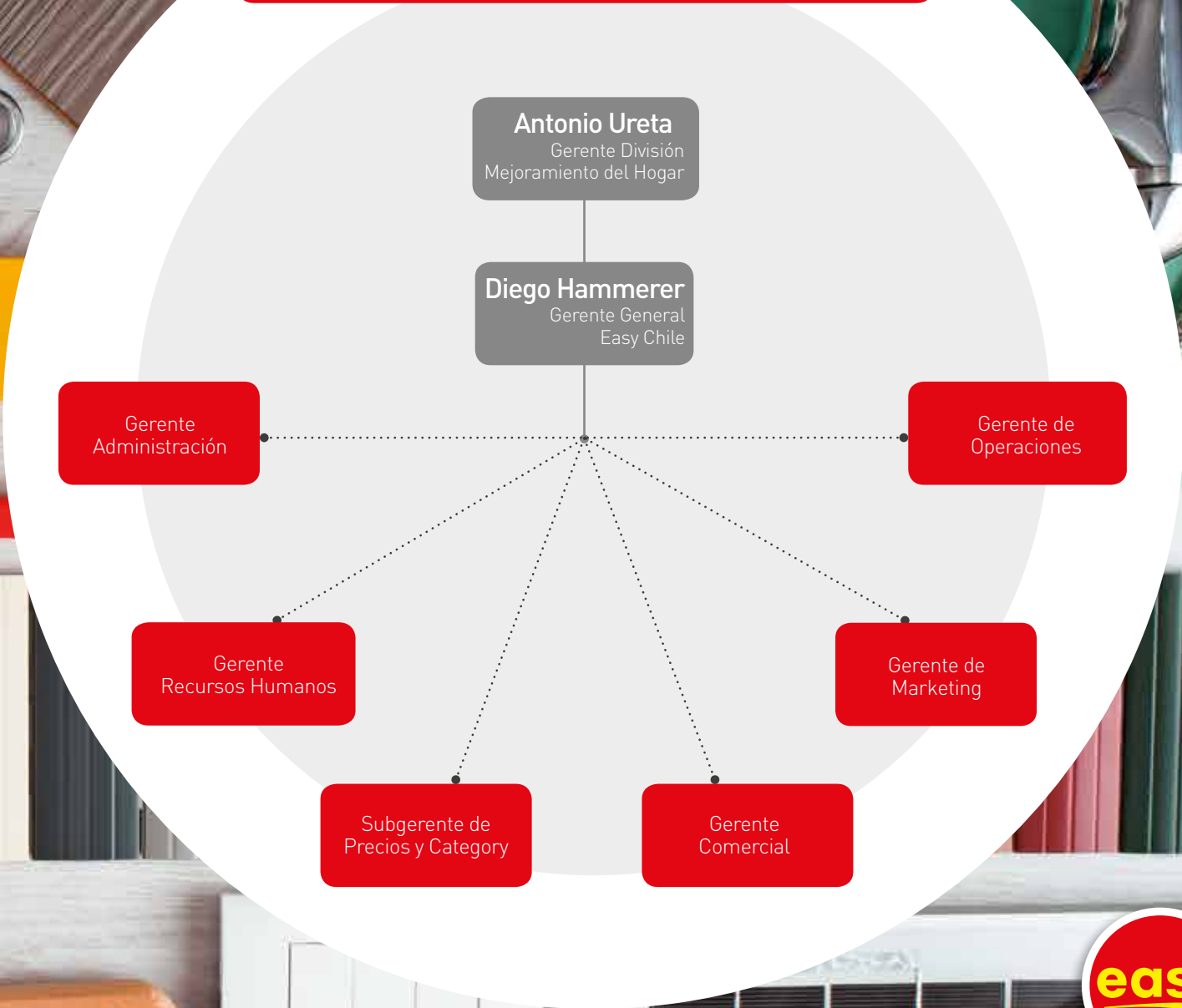


Cambia, vive mejor

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EASY

Contamos con una línea de gerentes que conforman nuestro Comité Ejecutivo, quienes día a día trabajan por hacer de Easy una mejor empresa, señalando los lineamientos presentes y futuros.

EN 2015 LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ES LA SIGUIENTE:



Cambia, vive mejor

2.1.2 NUESTRO ACTUAR Y VOCACIÓN

En Easy configuramos nuestras operaciones y relaciones con los grupos de interés sobre la base de dos documentos formales, que son leídos y firmados por todos los colaboradores al momento de su ingreso a la empresa. Estos son el Código de Ética y la Declaración de Valores, ambos transversales a todas las unidades de negocio de Cencosud, que guían el actuar de todos quienes trabajamos en la organización.

Código de Ética

El Código de Ética de Cencosud, que aplica para Easy, se encuentra disponible para el público general en su página web: <http://www.cencosud.com/>

Este código, vigente desde 2012, estructura las relaciones laborales, los vínculos con proveedores y el foco que tenemos hacia los clientes, que son el centro de nuestra gestión, así como también hacia otros grupos de interés prioritarios, tales como trabajadores, proveedores, comunidad y la sociedad en general.



Declaración de valores

En Easy, como miembros del holding Cencosud, adscribimos y cumplimos diariamente la Carta de Valores, que estructura nuestro compromiso diario con clientes y otros grupos de interés:

- Vivimos por y para nuestros clientes: su satisfacción es nuestra misión y obligación, continuamente buscamos satisfacer sus expectativas.
- Promovemos y valoramos la actuación responsable, transparente y honesta con cada uno de nuestros grupos de interés: accionistas, proveedores, reguladores, colaboradores, clientes, consumidores y la comunidad en general.
- Realizamos nuestras labores buscando la excelencia en cada uno de los resultados, brindando las bases, pero confiados en la auto-exigencia que se impone cada colaborador.
- Estamos conscientes de que en un ambiente de respeto y trabajo en equipo, obtenemos los mejores resultados.
- Ser líderes en el mercado no nos debe engeguercer: la austeridad y humildad han sido y serán parte del comportamiento esperado de cada uno de quienes integramos Cencosud.
- Daremos siempre lo mejor de nosotros en beneficio de la compañía, demostrando así nuestro constante compromiso.

Todo lo anterior se traduce en nuestro propósito como organización: “Queremos ser el retailer de mejoramiento del hogar omnicanal más querido y rentable de Latinoamérica”.

Porque queremos que vivas mejor día a día, estamos dispuestos a:



Entregar **INNOVACIÓN**: porque en Easy entendemos que el cambio en el hogar, y en la vida de las personas, es constante y permanente.

Brindar una **EXCELENCIA EN EL SERVICIO**: porque el cambio es siempre valorado, pero nunca fácil, queremos ayudar a las personas a imaginarlo y hacerlo realidad con una experiencia pensada en sus necesidades, que facilita y ayuda a ahorrar tiempo y recursos, haciendo más fluidos sus procesos de compra y entregando la asesoría que cada persona necesita.



Ofrecer un **MEJORAMIENTO CONTINUO**: porque entendemos que por grandes o pequeños que sean los proyectos de renovación, las personas merecen lo mejor, queremos aportar a que tengan un mejor hogar donde vivir, por ello constantemente revisamos y mejoramos nuestros estándares para entregar siempre lo mejor a nuestros clientes.

Easy existe para inspirar, facilitar y acompañar a todas las personas en todos los cambios y transformaciones de sus hogares, para así, vivir y estar mejor. Cambiar para vivir mejor.

2.2 UNA ORGANIZACIÓN ENFOCADA AL CLIENTE

(G4-3) (G4-4) (G4-5) (G4-6) (G4-7) (G4-8) (G4-9)

Easy nació en Argentina en 1993 y al año siguiente abrió sus puertas en Chile. Somos especialistas en la comercialización de productos y servicios orientados a la construcción, remodelación y equipamiento del hogar, entregamos soluciones integrales para que cada persona pueda llevar a cabo sus propios proyectos.

Nos dedicamos a la venta al detalle y mayorista de productos para el mejoramiento del hogar tanto de casa y jardín, como de construcción. Ofrecemos diversos servicios a nuestros distintos clientes. Nuestras tiendas atraen a más de 20 millones de visitas al año, generando una importante actividad económica.

Nuestros productos, nacionales e importados, se distinguen por su gran calidad, variedad y excelentes precios.

En Easy las personas hacen la diferencia, por eso le damos mucha importancia a los procesos de selección y capacitación de nuestros colaboradores. Aspectos como la cordialidad y la capacidad de ponerse en el lugar del cliente son fundamentales en nuestro trabajo.



2.2.1 EASY CERCA DE TI

Nuestra casa matriz se encuentra ubicada en el Mall Alto Las Condes (Avenida Kennedy 9001, piso 5, Las Condes, Santiago) y contamos con locales distribuidos desde Calama hasta Puerto Montt.

A junio de 2015, operamos en tres países de América Latina: Argentina, donde contamos con 42 tiendas, Colombia, con 10 y Chile, con 34, lo que suma 86 tiendas en total.

Nuestros servicios y líneas de productos se configuran para 3 grupos de destinatarios objetivos: **Mundo Hogar**, **Mundo Profesional** y **Mundo Empresas**.

Además logramos una dotación propia de 6.359 trabajadores, entre colaboradores en tienda, administración central y centro de distribución; y alcanzamos ventas anuales del orden de MM\$465.449.

2014



OPERACIONES

| | | | |
|---|---|-----------------------|---|
| Locaciones de almacenamiento y distribución | 1 | Locaciones de venta | 33 |
| Locaciones de administración | 1 | Superficie de tiendas | de 6.800 m ² a 14.000 m ² |



NÚMERO DE TRABAJADORES
6.359



VISITA ANUALES DE CLIENTES
20.000.000



SUPERFICIE DE VENTAS
313.500 m²



VENTAS NETAS O INGRESOS NETOS
MM\$465.449

easy
cencosud

Cambia, vive mejor

2.2.2 TENEMOS TODO LO QUE NECESITAS

HOGAR EASY



para cada persona, su hogar es su mundo. Y en Easy vivimos este "mundo del hogar", ofreciendo productos y servicios que permitan construir, remodelar, reparar, mejorar y decorar el hogar.

CONSTRUCCIÓN EASY



los constructores siempre encontrarán buenos precios, asesoría especializada para sus proyectos y una amplia gama de productos y accesorios. Además, en nuestras tiendas se pueden cargar productos y materiales en los vehículos sin ningún problema, porque nuestro propósito es facilitar el trabajo de nuestros clientes de la construcción.

SERVICIO EASY



Contamos con despacho a domicilio, arriendo de herramientas y maquinarias, instalaciones con personal calificado, dimensionado de perfiles, corte de tableros de madera, cotizaciones y asesoría de diseñadores profesionales para que cada persona pueda concretar sus proyectos.

VENTA A EMPRESAS



tenemos como clientes a empresas constructoras, contratistas y profesionales que necesitan grandes volúmenes de materiales, herramientas y accesorios.

EN EASY TENEMOS LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

- Electrohogar
- TV, audio y computación
- Muebles y accesorios
- Aire libre
- Todo dormitorio
- Todo baños
- Todo cocina
- Decoración hogar
- Ferretería y construcción
- Iluminación
- Automotor
- Pintura y papeles murales
- Todo pisos
- Herramientas y maquinarias
- Electricidad
- Gasfitería

EN EASY TENEMOS LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

Nuestra relación con el cliente no termina con la venta de un producto, sino que allí recién comienza. Es por ello que en Easy nos esforzamos por lograr una relación de largo plazo basada en una satisfacción total. Para ello contamos con los siguientes servicios:

- Armado de muebles
- Preparación de pinturas
- Cortes de tableros
- Dimensionado de perfiles
- Ventas a pedidos
- Trasplante de plantas
- Despacho a domicilio
- Arriendo de máquinas y herramientas profesionales
- Servicio de instalaciones
- Centro de diseño

2.3 PRESENTES EN EL PAÍS

(G4-10) (G4-11) (G4-13)

DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES SANTIAGO

| LOCAL | DIRECCIÓN | Nº COLABORADORES |
|----------------------|--|------------------|
| Ochagavía | Av. José Joaquín Prieto 5531, Pedro A. Cerda | 117 |
| Puente Alto | Av. Concha y Toro 3810, Puente Alto | 135 |
| Cerrillos | Camino Melipilla 10939, Maipú | 181 |
| Maipú | Américo Vespucio 1011, Maipú | 231 |
| Quilín | Av. Quilín 5400, Peñalolén | 203 |
| Costanera Center | Av. Andrés Bello 2447 local 100, Providencia | 170 |
| La Dehesa | Av. La Dehesa 1445, Lo Barnechea | 175 |
| San Bernardo | Av. Portales 3698, San Bernardo | 130 |
| El Llano | Llano Subercaseaux 3519 A, San Miguel | 109 |
| Quilicura | Lo Marcoleta 315, Quilicura | 139 |
| Alto Las Condes | Av. Kennedy 9001 loc. 1132, Las Condes | 112 |
| La Florida | Av. Vicuña Mackenna 6100, La Florida | 172 |
| La Reina | Av. Fco. Bilbao 8750, La Reina | 206 |
| Chicureo | Camino Chicureo Nº 230, Colina | 174 |
| Cto. de Distribución | Camino La Farfana 400, Pudahuel | 517 |
| Adm. Central | Av. Presidente Kennedy 9001, Las Condes | 233 |
| Venta Mayorista | Av. Vicuña Mackenna 6100, La Florida | 18 |

Cerramos 2014 con 33 locales en el país, los que se encuentran distribuidos entre las regiones de Antofagasta y Los Lagos. En la región Metropolitana alcanzamos un total de 14 tiendas, lo que representa el 41% de nuestros locales. Además, se encuentra nuestro centro de distribución y oficinas de administración central.

Durante 2014 realizamos la apertura de una nueva tienda ubicada en Chicureo en la región Metropolitana, que busca ofrecer un espacio de asesoría y disponibilidad de productos para que los habitantes de este sector puedan llevar a cabo sus proyectos y sueños.

La organización cuenta con 15 sindicatos activos, a los cuales pertenecen 3.396 trabajadores, 57% del total de la dotación, porcentaje superior al 30% de sindicalización reportado por la OCDE y al 12% de sindicalización en Chile, según los datos entregados por la Biblioteca del Congreso Nacional en 2009.

DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES REGIONES

| LOCAL | DIRECCIÓN | Nº COLABORADORES |
|--------------|---|------------------|
| Calama | Av. Chorrillos 1759 | 169 |
| Antofagasta | Av. Angamos 745 | 162 |
| Copiapó | Av. Copayapu 2406 | 170 |
| La Serena | Parcela 69 Ruta 5 Norte, Vegas Sur | 202 |
| Valparaíso | Av. Argentina 51, Valparaíso | 179 |
| Viña del Mar | Av. 1 Norte 2901, Viña del Mar | 215 |
| El Belloto | Av. Baden Powell 150, Quilpué | 183 |
| Quillota | Av. Rafael Ariztía 530, Quillota | 132 |
| Los Andes | San Rafael 2151, Los Andes | 148 |
| Rancagua | Carretera El Cobre 750 Local 1100, Rancagua | 233 |
| Talca | El Arenal 0411, Talca | 167 |
| Curicó | Av. O'Higgins 201, Curicó | 152 |
| Linares | Januario Espinoza 1183, Linares | 143 |
| Chillán | Av. O'Higgins 0450, Chillán | 167 |
| Biobío | Av. Costanera, Ribera Norte 19781, Hualpén | 170 |
| Los Ángeles | Av. Vicuña Mackenna 780, Los Ángeles | 186 |
| Temuco | Av. Caupolicán 0650, Temuco | 217 |
| Osorno | César Ercilla 1075, Osorno | 163 |
| Coronel* | Manuel Montt 1600, Coronel | 18 |
| Puerto Montt | Av. Ejército 470, Puerto Montt. | 161 |

TOTAL DE
TRABAJADORES EN
EASY CHILE 2014

6.359

RM:3.022
Regiones: 3.337

* Apertura en marzo de 2015



2.3.1 TRABAJAMOS CON RESPONSABILIDAD

[G4-12] [G4-14]

Nuestro compromiso es ofrecer herramientas y oportunidades para que las personas puedan emprender sus sueños y proyectos. En este marco, y comprendiendo que la operación comercial y logística de nuestros locales no causa daños graves o irreversibles al medioambiente y a la comunidad, es que en Easy contamos con un principio de precaución a partir del Código de Ética de Cencosud.



Uno de nuestros resguardos con el medioambiente, es trabajar por el cuidado de la eficiencia energética que utilizamos en nuestros locales y centro de distribución, lo que significó que 4 de nuestras tiendas fueran destacadas con el Sello de Eficiencia Energética entregado por el Ministerio de Energía del Gobierno de Chile, durante 2014.

Además, y como forma de consolidar nuestro compromiso, hemos dispuesto un Comité de Responsabilidad Social con el objetivo de gestionar nuestros riesgos y oportunidades.

Durante 2015 este comité funcionará de forma bimensual y su rol será monitorear el programa de trabajo anual en responsabilidad social, para que tenga la concordancia y el énfasis apropiado en las distintas gerencias, además de crear nuevas iniciativas y potenciar el desarrollo de acciones comerciales con foco en los productos y servicios como "EcoEasy".

Este comité está integrado por el Gerente General de Easy Chile, el Gerente Comercial, además de los Gerentes de Operaciones, de Marketing, de Recursos Humanos, la Jefa de Comunicaciones Internas y el Coordinador de Responsabilidad Empresarial.



Easy Chicureo:
Inaugurado el 09 de Diciembre de 2014.



Cambia, vive mejor

2.4 NUESTRAS REDES DE COLABORACIÓN Y COMUNICACIÓN [G4-15] [G4-16]

Desde 2010 en Easy adherimos al Pacto Global, iniciativa de la Organización de Naciones Unidas que tiene por objetivo ayudar a las empresas a adoptar diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medioambiente y medidas anticorrupción.

Nuestra participación en esta iniciativa es de carácter voluntario y busca fomentar el crecimiento sostenible, además de la responsabilidad cívica de Easy como empresa.



Red Pacto Global Chile
WE SUPPORT

En agosto de 2014 nos sumamos a PROhumana RED, la cual desde el año 2006 reúne a más de 50 empresas, fundaciones y organizaciones comprometidas con el desarrollo sostenible. PROhumana RED pertenece a la fundación PROhumana y nuestra participación tiene por objetivo establecer vínculos y aprendizajes para avanzar en la búsqueda de un desarrollo sostenible.



Sabemos que debemos ser un aporte para nuestras comunidades y para el desarrollo de Chile, por ello durante 2014 iniciamos una alianza con Desafío Levantemos Chile. Esta fundación nace en 2010 para ayudar a los afectados del terremoto de ese año, entregando soluciones concretas a través de sus cinco áreas: Salud, Educación, Emprendimiento, Emergencia Solidaria, Cultura y Deporte. En Easy hemos decidido sumarnos a esta tremenda tarea para generar un cambio social y un mejor país.



Desde ese entonces, en Easy hemos gestionado diferentes apoyos, entre ellos, que los clientes puedan donar parte de su vuelto a la fundación, lo que contribuye aún más a esta causa.



2.4.1 RELACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

(G4-24) (G4-25) (G4-26) (G4-27)

En Easy sabemos que el trabajo conjunto, con un propósito claro es fundamental para la sostenibilidad de nuestro negocio, por ello nos comunicamos frecuentemente con los grupos de interés más importantes, pues de ellos recogemos las impresiones e inquietudes respecto a nuestra gestión para poder mejorar día tras día. Gracias a nuestra Política de Responsabilidad Social

publicada en 2014, identificamos y priorizamos a nuestros principales públicos: clientes, colaboradores, proveedores, comunidades aledañas a los locales y la sociedad en general. De esta manera los grupos sociales más relevantes para nosotros como compañía, quedan listados de la siguiente manera:



Para la elaboración de nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, 3 de nuestros grupos de interés prioritarios participaron plasmando sus preocupaciones y percepciones a través de 3 encuestas representativas a nivel nacional, referente a la gestión de Easy y materias de responsabilidad social empresarial.

En la encuesta a nuestros colaboradores, los principales temas señalados fueron aquellos relacionados con las relaciones laborales y desarrollo profesional por los colaboradores de Easy. En la consulta a nuestros proveedores, se abordaron las relaciones económicas y la responsabilidad social de nuestra empresa en toda la cadena de suministro.

Finalmente, en la consulta a nuestros clientes, los principales temas levantados fueron atinentes a los procesos de compra, referidos a calidad de productos, educación e información de parte de nuestra empresa y consumo responsable principalmente.

Los temas señalados con fuerza por nuestros grupos de interés fueron plasmados como los aspectos materiales que estructuran este Reporte.

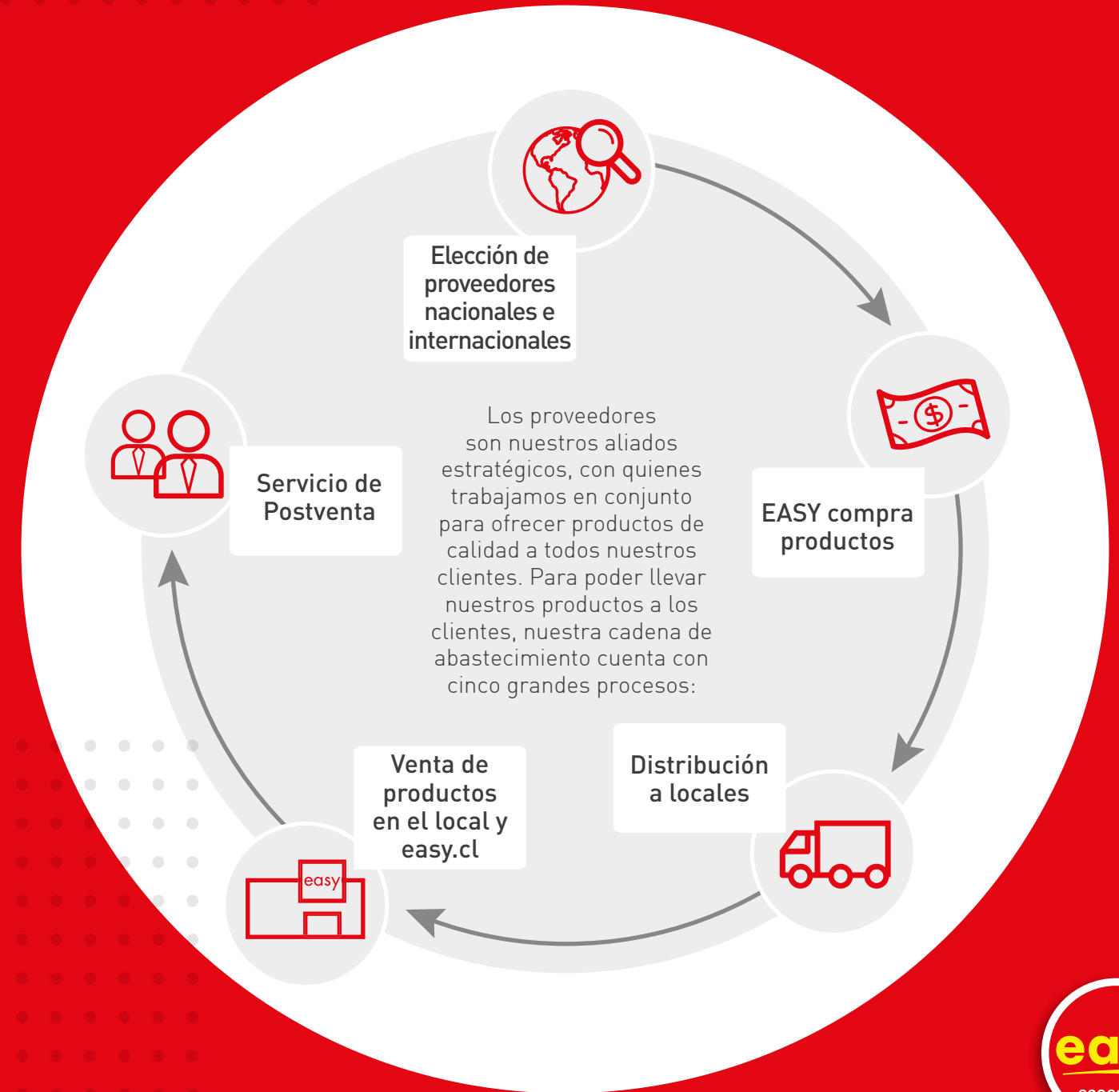


RELACIÓN CON NUESTROS PÚBLICOS MÁS IMPORTANTES

A continuación presentamos una tabla con los asuntos de relevancia según grupo de interés y las instancias en las que hemos compartido con ellos.

| TEMAS LEVANTADOS | GRUPO DE INTERÉS | INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN |
|---|------------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de producto • Comunicación de marketing • Educación y consumo responsable • Reclamos • Satisfacción de clientes • Vínculo con la comunidad • Atención multicanal • Objetivos y estrategia de negocio | Clientes | <ul style="list-style-type: none"> • "Primer Encuentro Clientes al Centro", instancia que reunió a representantes de las gerencias Comercial, de Operaciones, de Planificación y Procesos Comerciales, de Marketing, de Logística y de Negocios Digitales, quienes comunicaron los objetivos y estrategias de cada una de estas áreas para fortalecer el concepto estratégico de 'cliente al centro' y explicar la directa relación que tiene con el programa Category Management. • Encuesta de percepción a clientes en el contexto del primer Reporte de Sostenibilidad de Easy. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Salud y seguridad ocupacional • Identidad corporativa • Mejora continua • Mejora de clima laboral | Colaboradores | <ul style="list-style-type: none"> • Jornada de integración del equipo del Centro de Distribución (CD), dirigida a 360 colaboradores. El objetivo del encuentro fue cerrar el Ciclo Escuela Easy 2014 e incentivar a los colaboradores en una jornada altamente experiencial, lúdica y energizante que les permitiera enfrentar el desafío de alcanzar las metas con miras al último trimestre del año. Es la primera vez que se realiza esta actividad incluyendo a todos los colaboradores del CD. • Encuesta de clima laboral 2014 • Procesos de negociación colectiva con los sindicatos. • Encuesta de percepción de trabajadores en el contexto del primer Reporte de Sostenibilidad de Easy. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Impacto de proveedores • Apoyo al emprendimiento | Proveedores | <ul style="list-style-type: none"> • Medición de la relación comercial de Easy con sus proveedores. • Encuesta de percepción a proveedores nacionales en el contexto del primer Reporte de Sostenibilidad de Easy. |

FLUJO DE NUESTRO PROCESO DE COMPRA



RELACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Política de responsabilidad social Easy

En Easy tenemos el sueño de ser el retail de mejoramiento del hogar más querido de Latinoamérica y creemos firmemente que el camino para este sueño es trabajar día a día de manera responsable. Con esto, buscamos agregar valor a nuestro negocio en el mediano y largo plazo, convirtiéndonos en un agente de cambio en los hogares e inspirando a todos con quienes nos relacionamos a vivir mejor.

A partir de esta visión de ser y hacer empresa, hemos desarrollado una estrategia de responsabilidad social que se estructura en 4 ejes:

GESTIÓN AMBIENTAL EFICIENTE

Conscientes del impacto en los recursos naturales que generamos, trabajamos por disminuir las emisiones de carbono, el uso de energía y agua que requiere nuestra operación, los residuos y los ruidos molestos que se producen en nuestros procesos.



OFERTA SOSTENIBLE DE PRODUCTOS

Aspiramos a vivir en un país más responsable y consciente, y por eso promovemos que nuestros clientes utilicen en sus hogares productos reciclados, ecológicos e inocuos con el medioambiente. Seleccionamos proveedores que tengan propuestas de productos que contribuyan con ello, capacitando a nuestros colaboradores en estas materias y contribuyendo a crear consciencia en las comunidades en las que estamos presentes.



APORTE AL DESARROLLO DEL PAÍS

Porque todos queremos vivir mejor, apoyamos el emprendimiento y la capacitación de nuestros clientes y de las comunidades que rodean a nuestras tiendas, trabajando por un Chile que crezca. De ocurrir una catástrofe o crisis, cooperamos a través de organizaciones civiles y gubernamentales, presentes a lo largo de todo el país.



UN EQUIPO SEGURO, FELIZ Y COMPROMETIDO

Nuestros Easyleños son los principales embajadores de este sueño y quienes lo hacen realidad día a día. Junto a ellos, queremos construir un lugar donde se sientan acogidos, seguros y orgullosos, para así, crecer profesionalmente.



**Nos motiva entregar la
mejor experiencia de
compra a nuestros clientes**



Cambia, vive mejor.



03

SOMOS SERVICIO

El cliente al centro de nuestra gestión. Ese es nuestro foco para abordar el trabajo diario, que busca satisfacer las necesidades y requerimientos de las personas. Por ello, nos esforzamos por mejorar cada aspecto del servicio, tanto en nuestros locales como en nuestras otras plataformas de contacto, para que la experiencia de quienes compran en Easy sea la mejor.



Cambia, vive mejor

3.1 TRABAJAMOS PARA ENTREGAR EL MEJOR SERVICIO (EASY 5)

En Easy trabajamos día a día por entregar el mejor y más completo servicio a nuestros clientes. Para ello, en el momento en que una persona ingresa a un local y busca un producto, se activa y se pone a prueba una dedicada cadena de esfuerzos de todos nuestros colaboradores.

La positiva experiencia de ese cliente es determinante para el éxito del trabajo de muchos equipos que hicieron posible esa compra.

DMA ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: ATENCIÓN OMNICANAL



En Easy queremos llegar a ser el retailer de mejoramiento del hogar omnicanal más querido y rentable de América Latina, y para ello hemos desarrollado diferentes plataformas que facilitan la compra de nuestros productos.

Ofrecemos distintos puntos de contacto a nuestros clientes y actualmente contamos con posibilidades de compra a través de nuestros 34 locales, nuestro sitio web y línea telefónica. Durante 2014, del total de nuestros clientes un 98% acudió a nuestros locales, y un 2% utilizó nuestra página web. Sin duda, nuestro desafío es continuar mejorando ambos aspectos, con especial énfasis en ofrecer un servicio online de vanguardia.



Tenemos un alto grado de satisfacción de clientes en las ventas de nuestra página web, pues nuestro sistema fue evaluado con nota 6,2⁽⁴⁾. Hemos incorporado nuevas herramientas de comercio electrónico, las que han tenido una gran aceptación de parte de nuestros usuarios.

Estas cifras son representativas de nuestro total de clientes fidelizados en 2014 que totalizaron 1.800.447⁽⁵⁾

(4) Esta evaluación fue realizada en el contexto de consulta a clientes para el reporte de sostenibilidad de Easy 2014. Contempla las respuestas de 115 clientes.

(5) Esta cifra representa sólo clientes naturales, excluyéndose las compras de empresas.

(6) Desde comienzos de 2015, la gerencia pasa a llamarse Gerencia de Supply Chain.



Primer Encuentro Cliente al Centro

Con el fin de tener una relación más cercana con nuestros clientes, durante 2014 realizamos el Primer Encuentro de Clientes al Centro, instancia que reunió a representantes de las Gerencias Comercial, Operaciones, Planificación y Procesos Comerciales, Marketing, Logística, y Negocios Digitales, quienes comunicaron los objetivos y estrategias de cada una de sus áreas.

La actividad, organizada por la Gerencia de Planificación y Procesos Comerciales⁽⁶⁾, tuvo como principal objetivo fortalecer el foco de Cliente al Centro.

La columna vertebral del encuentro fue el resultado del estudio de clientes del año 2013. El objetivo fue conocer nuestra participación de mercado, el margen de precios, las promociones más recordadas y las variables de compra que más valoran nuestros clientes, como cercanía, precios y variedad, entre otros.

Además, se explicaron las estrategias comerciales, el posicionamiento de la marca Easy, el programa Excelencia Operacional y su impacto en los locales y las implicancias de la estrategia omnicanal.

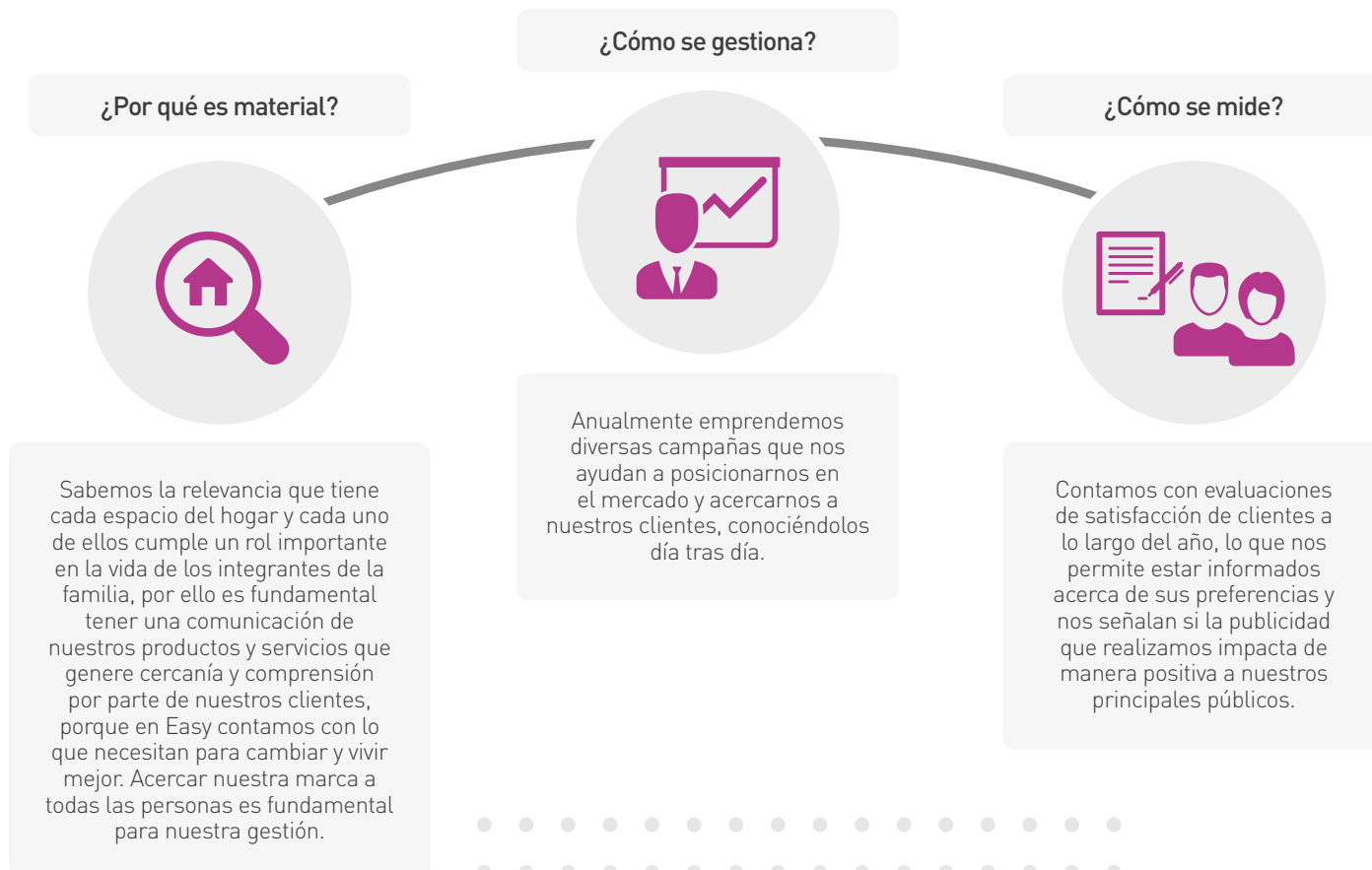


3.1.1 COMUNICAMOS NUESTRO DESEMPEÑO

(G4-PR7) (EASY 3) (G4-PR6)

Como organización, queremos reflejar nuestra esencia, la razón por la que existimos para nuestros clientes: inspirar, facilitar y acompañar a las personas en los cambios y transformaciones de sus hogares para así poder vivir mejor.

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: COMUNICACIÓN DE MARKETING



El objetivo de nuestra comunicación es establecer vínculos emocionales y racionales relevantes con nuestros clientes y con la comunidad en general, a través de nuestros productos y servicios. Nuestros clientes son mayoritariamente mujeres y hombres jóvenes que están armando sus hogares, así como también familias que quieren cambiar y planificar nuevos espacios. Además, están los profesionales del rubro construcción y sus especialidades, tales como: maestros, contratistas y empresas.

Durante 2014, en Easy buscamos una comunicación más cercana con las personas. Por ello, lanzamos una campaña que refleja una promesa para todos nuestros clientes: "Cambia, Vive mejor". Esta es una invitación a atreverse a realizar cambios en el hogar para así lograr disfrutar de una mejor calidad de vida.

Asimismo, por cuarto año consecutivo realizamos en agosto el Mes del Hogar, campaña cuyo propósito es unir objetivos de la marca con la necesidad del negocio de incentivar las ventas. La iniciativa buscó llegar a las personas de manera auténtica, ofreciendo oportunidades y disponibilidad de productos, para que nuestros clientes se motivaran a renovar su hogar con precios accesibles.

El Mes del Hogar fue la instancia perfecta para reflejar la personalidad de nuestra marca Easy, mediante su alegría y colores, apuntando siempre a la inspiración de quienes deseaban realizar un cambio en sus espacios. Se trata de una de las campañas comerciales más fuertes del año para la compañía.

Previo a su lanzamiento, la campaña se presentó en las oficinas centrales, reforzando nuestra cultura de servicio e incentivando el trabajo en tiendas, siempre con énfasis en poner al cliente al centro como el verdadero protagonista.

Entre los canales de difusión para nuestra publicidad, utilizamos TV, radio, prensa escrita en medios tradicionales y digitales. A través de nuestro catálogo online también ponemos a disposición de todos nuestros clientes nuestras principales noticias, descuentos y eventos.



easy
cencosud

Cambia, vive mejor

3.1.2 NUESTRO SELLO EN EL SERVICIO [G4-PR3] [EASY1]

Para entregar un buen servicio es importante tener claro que en Easy somos parte de un gran equipo, y que con una mirada global de los procesos, los focos y las necesidades de nuestros clientes, lograremos entregar una atención de calidad.

Y cuando hablamos de servicio no nos referimos sólo a atender bien a un cliente, sino también a estar permanentemente alerta para ver dónde podemos ser un aporte o a quién podemos ayudar y apoyar, para que así nuestra marca sea la mejor. Por ello, trabajamos para ponernos en el lugar de quienes llegan a nuestras tiendas esperando concretar los cambios que les permitirán vivir mejor.

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: CALIDAD DE PRODUCTOS



En Easy trabajamos diariamente por entregar productos de calidad y certificados a nuestros clientes, por ello la relación y confianza con nuestros proveedores es muy importante en este ámbito.

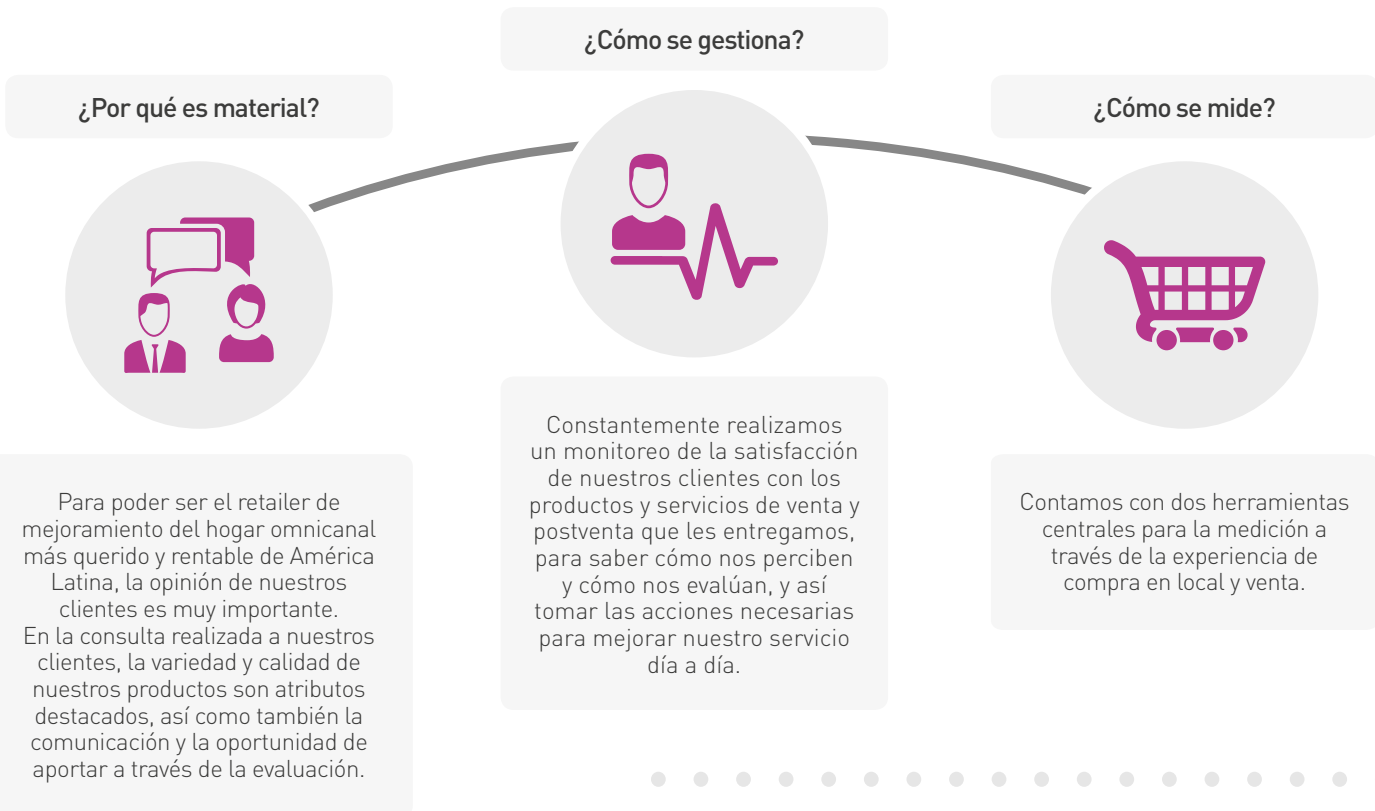
Con el espíritu de garantizar la calidad de nuestros servicios, estamos trabajando en proyectos, programas y políticas que nos ayuden a hacer más eficientes nuestros procesos y que incorporen elementos de certificación de nuestros productos, para así entregar el mejor servicio a nuestros clientes.



3.1.3 MEJORAMOS CADA DÍA (G4-PR5) (EASY7)

En Easy la opinión de nuestros clientes es importante. Escuchar sus impresiones y evaluaciones es lo que nos ayuda a mejorar día tras día, pues nuestro foco está centrado en ellos, y nuestra gestión apunta a satisfacer sus necesidades y requerimientos en distintos ámbitos.

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: SATISFACCIÓN DE CLIENTES



Contamos con evaluaciones en dos de nuestros canales de atención; encuesta a través de la experiencia de compra en locales y experiencia de compra a través de nuestro sitio web.

Durante 2014, obtuvimos un **34%** de satisfacción neta* de nuestros clientes en sala, y un **48%** de satisfacción neta de clientes que realizaron sus compras a través de www.easy.cl

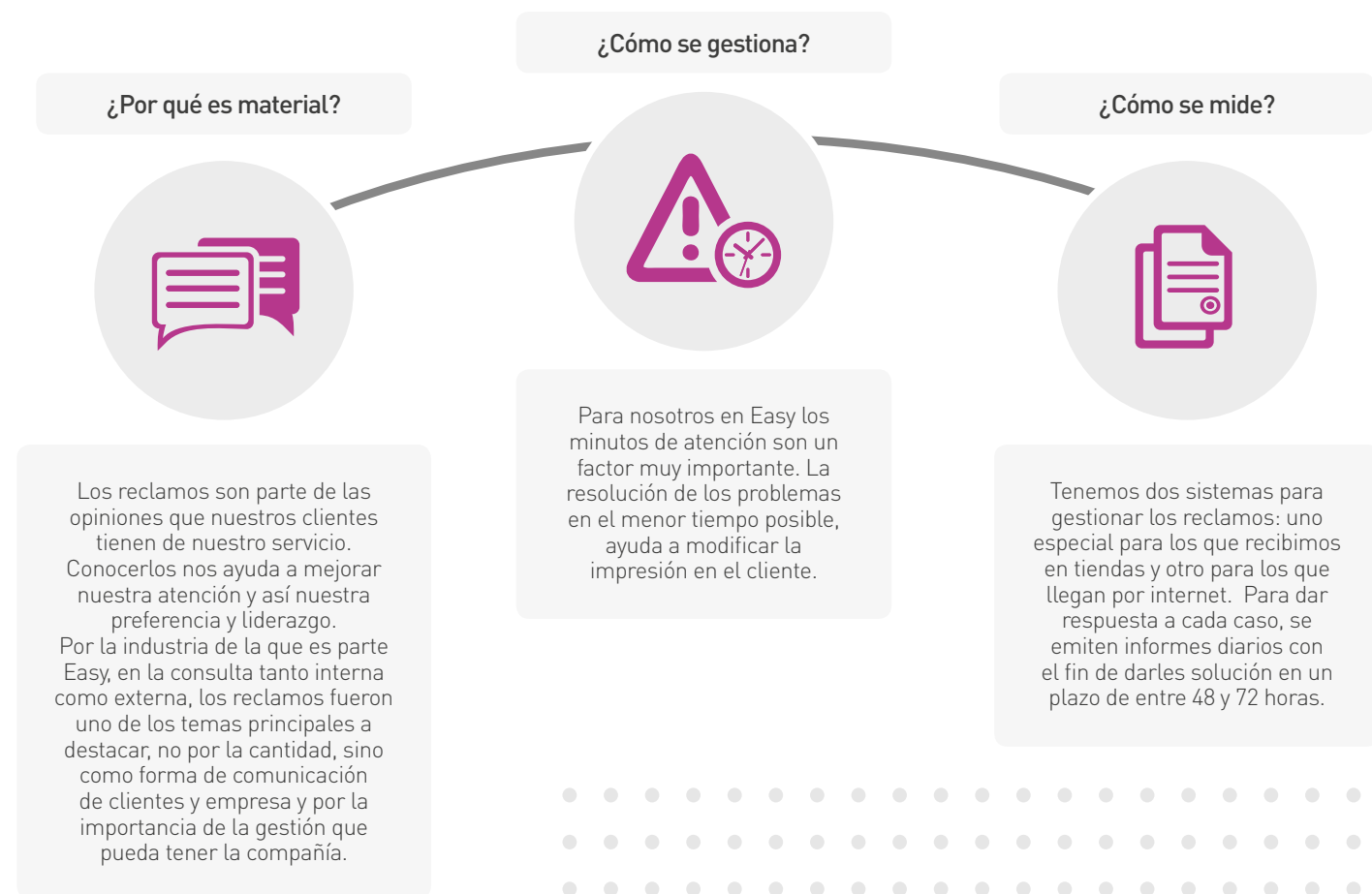


[*] Satisfacción neta incluye sólo los porcentajes positivos de la evaluación.

3.1.4 ESCUCHAMOS A NUESTROS CLIENTES

Durante 2014 trabajamos continuamente en ofrecer soluciones rápidas a los clientes y logramos disminuir considerablemente nuestras cifras de reclamos.

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: RECLAMOS



En Easy, todos nuestros locales están capacitados para recibir inquietudes o reclamos de los clientes tanto en forma verbal, a través de los colaboradores del área de ventas, como por escrito, a través de a través del Centro de Servicios, área que gestiona y realiza seguimiento a cada uno de los casos para poder entregar una respuesta satisfactoria en el menor tiempo posible.

Además recibimos reclamos a través del Call Center y el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), los que gestionamos a través de una Gerencia especialmente enfocada a buscar soluciones a dichas inquietudes, y a detectar las oportunidades de mejora que presenta la información recopilada.

Durante 2014, registramos un total de 7.779 reclamos, **20%** menos que en 2013, año en que registramos 9.381 reclamos.

A pesar de nuestras mejoras, sabemos que aún nos quedan elementos y temas por mejorar para entregar un servicio de calidad. En la industria del retail, la satisfacción completa es compleja, pero nuestro desafío es acercarnos lo más posible a ella.



**Queremos contribuir
para que todos
puedan vivir mejor**



Cambia, vive mejor



04

SOMOS APORTE AL DESARROLLO DEL PAÍS

Para poder ser sostenibles en el largo plazo, nos preocupamos de nuestra comunidad. Queremos ser un buen vecino en las localidades donde estamos insertos y también con aquellos grupos y aliados que son parte de la comunidad Easy.



Cambia, vive mejor

4.1 FORMAMOS PARTE DE LAS COMUNIDADES DONDE NOS INSERTAMOS

[G4-S01] [G4-S02]

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: VÍNCULO CON LA COMUNIDAD



El año 2014 lo cerramos con 33 tiendas a lo largo de todo Chile, de las cuales 4 implementaron programas de relacionamiento comunitario, lo que representa un 12,1% de nuestros locales. Esta importante vinculación con nuestros vecinos consistió en actividades de beneficencia, recreación y voluntariado corporativo que poco a poco hemos ido incorporando en nuestra organización.

En nuestros locales de Talca y Quilicura realizamos zumba y baile entretenido entre otras actividades. En conjunto con las municipalidades de ambas comunas, logramos involucrar la participación de vecinos y trabajadores de nuestra empresa.

Además, los colaboradores de nuestro local de Puente Alto realizaron un voluntariado en terreno en el marco de un programa piloto que busca el involucramiento de los trabajadores de nuestra empresa con las comunidades cercanas. En esta iniciativa, coordinada por el área de RSE de Easy, un grupo de colaboradores aportó a la construcción de una reja perimetral en el campamento Juan

Pablo II de Puente Alto, en conjunto con la fundación "Desafío Levantemos Chile", de la cual somos parte.

Finalmente, para el período de Navidad 2014, colaboradores provenientes de más de 10 locales se sumaron a las actividades de fin de año coordinadas por "Desafío Levantemos Chile", en jardines infantiles, campamentos y hospitales. Los colaboradores de Administración Central aportaron con ayuda a un Hogar de niñas de Buin.

Sin duda, se trata de instancias muy valiosas tanto para nuestros colaboradores como para nuestros vecinos.

Durante 2015, trabajaremos en el desafío de generar un programa transversal a todos nuestros locales, estructurado y de largo plazo, que se suma a estas y otras actividades puntuales para acompañar a las comunidades donde nos insertamos.



Cambia, vive mejor.

4.1.1 ORGULLOSOS DEL COMPROMISO DE NUESTROS COLABORADORES

Cuando en Easy hablamos de servicio no nos referimos sólo a atender bien a un cliente, sino que a estar permanentemente atentos para ver dónde aportar y a quién apoyar para cambiar y mejorar su vida.

Por ello, destaca el espíritu solidario que se generó en nuestros colaboradores a raíz del devastador incendio que afectó a los cerros de Valparaíso. Como equipo fuimos en ayuda de los 49 compañeros de Cencosud damnificados, 2 de los cuales pertenecen a las tiendas Easy Portal Valparaíso y Viña de Mar.

Durante la noche del siniestro, Easy Portal Valparaíso dispuso su sala de descanso como albergue para que aquellos colaboradores evacuados pudieran pasar la noche en un lugar seguro junto a sus familias. Los colaboradores en los locales de todo Chile realizaron diversas campañas de apoyo para dar su ayuda: se hicieron actividades a beneficio, se recolectó dinero, enseres y alimentos no perecibles.

Además, en ambos locales se organizaron comisiones para apoyar a los afectados. Recibimos alimentos, útiles de aseo personal y ropa, ayudamos en el retiro de escombros y en la reconstrucción.

En estas actividades participaron nuestros Gerentes de Local, las distintas jefaturas, el área de Recursos Humanos y, por supuesto, los propios compañeros de trabajo de los damnificados, además de los sindicatos que también tuvieron un rol activo en este proceso.

Como empresa entregamos un aporte a los colaboradores damnificados, cifra que se sumó a la recolectada en la campaña interna llevada a cabo a través de un descuento voluntario en la liquidación de sueldo del equipo Easy.



4.1.2 MANEJO DE NUESTROS IMPACTOS A LAS COMUNIDADES CERCANAS

En 2014, el 88% de nuestros locales operó sin cuestionamientos relacionados con posibles impactos negativos en las comunidades aledañas.

Los mínimos casos en que sí presentamos reclamos, sólo se remitieron a temas tales como ruidos molestos y otros impactos en el entorno cercano de nuestras tiendas, como el que en ocasiones generan los camiones que trasladan mercadería.

En el local de Talca, por ejemplo, gestionamos con rapidez los reclamos de nuestros vecinos que apuntaban a las fallas de las alarmas sonoras del local durante la noche, cuyo ruido impedía su descanso nocturno. Contratamos expertos en tecnología, quienes solucionaron los problemas de nuestro sistema de seguridad.

En nuestro local de Quilicura coordinamos los reclamos por ruidos molestos y las incomodidades causadas por nuestras operaciones logísticas, específicamente por el paso de camiones. Para ello realizamos obras de mitigación vial, evitando impactar a los vecinos del local.

Para nosotros es muy importante ponernos en el lugar de quienes llegan a nuestras tiendas esperando concretar sus cambios. Ser buenos vecinos de nuestros clientes es parte de nuestro servicio, por eso buscamos permanentemente entender sus necesidades y sus anhelos. De esta forma, podemos cumplir con nuestro propósito: Ser el retailer de mejoramiento del hogar omnicanal más querido y rentable de Latinoamérica.



4.2 PREOCUPADOS POR EL CONSUMO RESPONSABLE Y EL EMPRENDIMIENTO

Parte de nuestro aporte al país se relaciona con traspasar a otros una forma de hacer mejor las cosas. Durante 2014 nos enfocamos en cuidar a nuestros clientes y vecinos fomentando mejoras en la calidad de vida a través de un consumo responsable para su hogar, que los ayude a ahorrar, y al mismo tiempo cuidar al medioambiente. Asimismo, también queremos apoyar los emprendimientos, aportando a concretar los sueños de los chilenos.



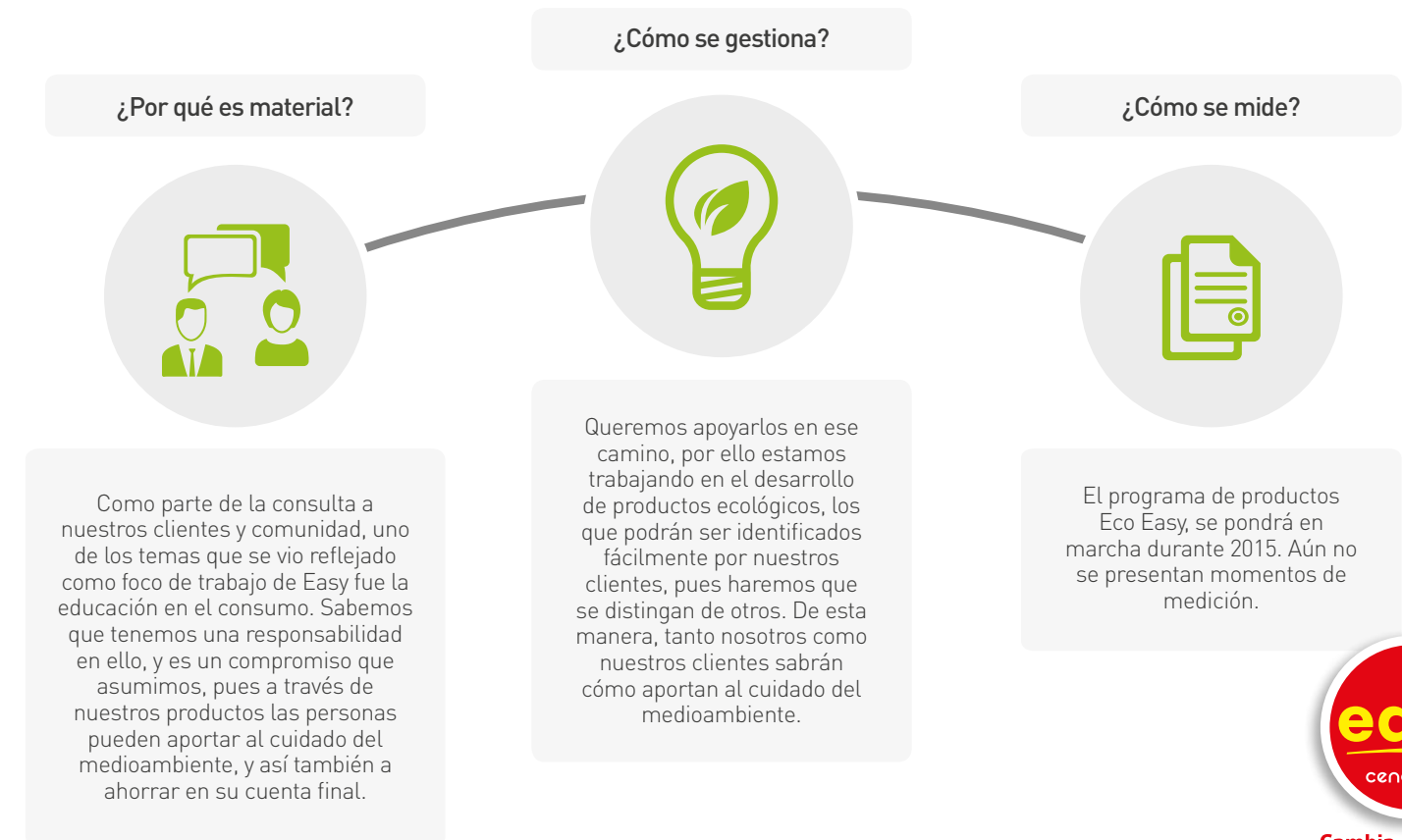
4.2.1 CONSUMO RESPONSABLE (Easy 6)

Como parte de nuestro compromiso con el consumo responsable, auspiciamos Feria Verde 2014, en la que participamos con 9 stands donde se mostraron productos de proveedores eco-amigables. En esta actividad nos enfocamos en acercar a la comunidad, las temáticas de ahorro de recursos, eficiencia energética, calidad de vida y cuidado del medioambiente.

Sabemos que para incentivar la preferencia de productos que promuevan la eficiencia energética, primero debemos crear conciencia. Por ello tenemos como propósito para el período 2015-2016 la creación e implementación de talleres de consumo responsable, utilización sostenible de materiales y uso de productos "eco" para nuestros clientes de Mundo Hogar y también de Mundo Experto a través de nuestra línea de productos Eco Easy.

Estamos seguros de que nuestra misión como empresa no es solamente ofrecer más y mejores productos, sino que también aportar al conocimiento de nuestros clientes de aquellos productos que son amigables con el medioambiente y que les permiten un ahorro, lo que impacta en el cuidado de nuestro planeta, y en el cuidado del bolsillo de nuestras familias y nuestra comunidad.

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: EDUCACIÓN EN CONSUMO RESPONSABLE



4.2.2 APOYO AL EMPRENDIMIENTO (Easy 9)

Uno de nuestros objetivos como empresa es entregar oportunidades para cambiar y vivir mejor. En esa línea, durante 2014 indagamos las necesidades de nuestros clientes a través de un estudio que encargamos a la empresa IPSOS*, que arrojó que un 60% de los que pertenecen al rubro de la construcción valora ser capacitado en herramientas que les permitan crecer y profesionalizarse para obtener mejores trabajos, y generar más recursos para sus familias.

Por ello decidimos enfocar los beneficios a nuestros clientes fidelizados de Mundo Experto no sólo en precios, sino que también apoyando sus emprendimientos a través de la capacitación.

Para lograrlo, diseñamos una línea de trabajo que comenzamos a desarrollar el 2014 y que, finalmente, consolidará sus resultados en 2016 a través del Programa de Emprendimiento a Clientes Expertos.

Este programa se enfocará en entregar capacitaciones en competencias técnicas, las cuales potencian el conocimiento de nuestros clientes en uso de productos y técnicas de construcción, y habilidades blandas, que permiten desarrollar habilidades de Liderazgo y Administración de su negocio a nuestros clientes de Mundo Experto Easy, compuestos principalmente por pequeños empresarios contratistas.

También dirigimos estos programas a los emprendedores que participan en Desafío Levantemos Chile.

Junto con ello, llevaremos a cabo capacitación en distintas temáticas a nuestros proveedores y realizaremos visitas técnicas a las plantas de otros proveedores.

DMA. ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: APOYO AL EMPRENDIMIENTO RESPONSABLE



* Estudio realizado en febrero de 2014 a 180 socios Mundo Experto.

4.3 HACIA UNA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL (G4-EN6) (G4-EN7) (G4-EN23) (G4-EN32)

Durante 2014 nos vinculamos con 172 nuevos proveedores de productos, quienes son socios estratégicos en nuestras operaciones. Ellos son evaluados por la calidad de sus productos, eficacia y eficiencia de sus servicios, así como por la prolijidad de su gestión logística. No obstante, tenemos el desafío de evaluarlos también por el impacto ambiental y la sostenibilidad de su gestión, asunto en el que esperamos avanzar durante los próximos dos años.

Como primer paso hacia una cadena de suministro responsable de sus impactos, en Easy adscribimos al proyecto Sedex, en el cual ya estamos trabajando con un primer grupo de proveedores que están declarando sus compromisos en diferentes ámbitos. Esto nos permitirá evaluar, a futuro, la relación con este grupo en función del cumplimiento de sus compromisos.

Además, estamos realizando un mapeo de nuestros proveedores que ofrecen productos "Eco", con el fin de destacarlos y comunicarlos en nuestros locales y aportar a la educación y consumo responsable de nuestra sociedad.



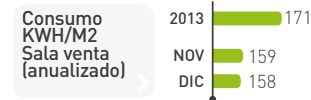
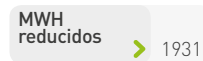
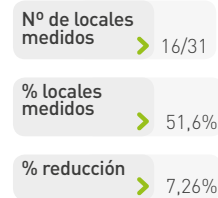
4.3.1 CONSUMO ENERGÉTICO

Para poder tener constantemente nuestras tiendas en funcionamiento y entregarles el mejor servicio a nuestros clientes, se requiere un gran consumo de energía eléctrica.

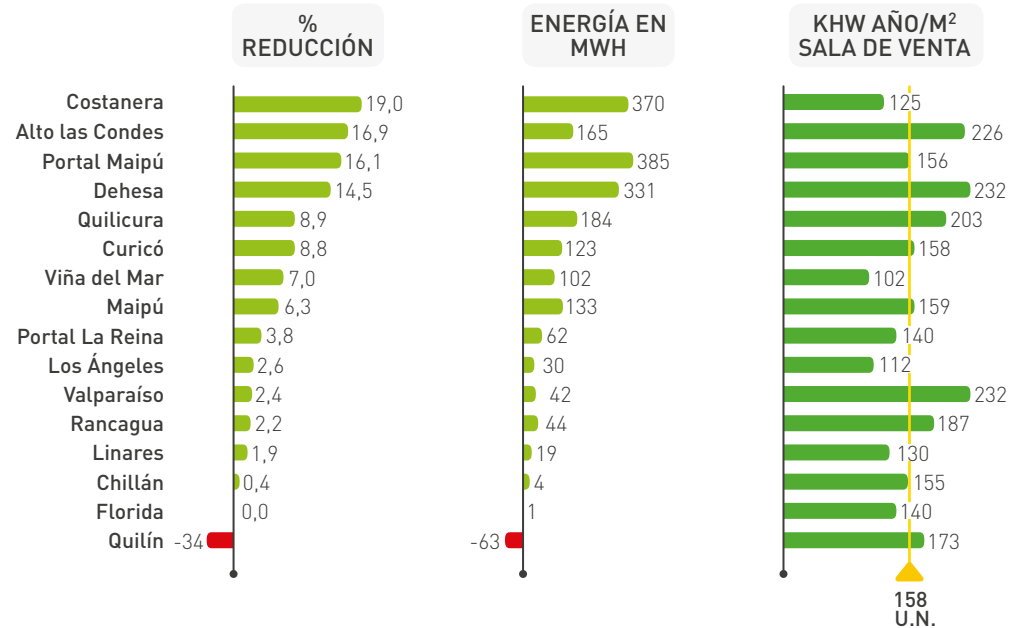
Como parte del respeto de Easy con el medioambiente, compromiso que asumimos en nuestra Política de Responsabilidad Social Empresarial, en 2014 nos esforzamos por reducir al máximo nuestro consumo energético a través de iniciativas en tienda que apoyan la eficiencia energética.

Gracias a las estrategias implementadas por cada local, logramos disminuir **7,26%** el consumo eléctrico, lo que implicó que en 2014 consumiéramos 1.931 MWH menos que en 2013.

EN NUESTROS LOCALES

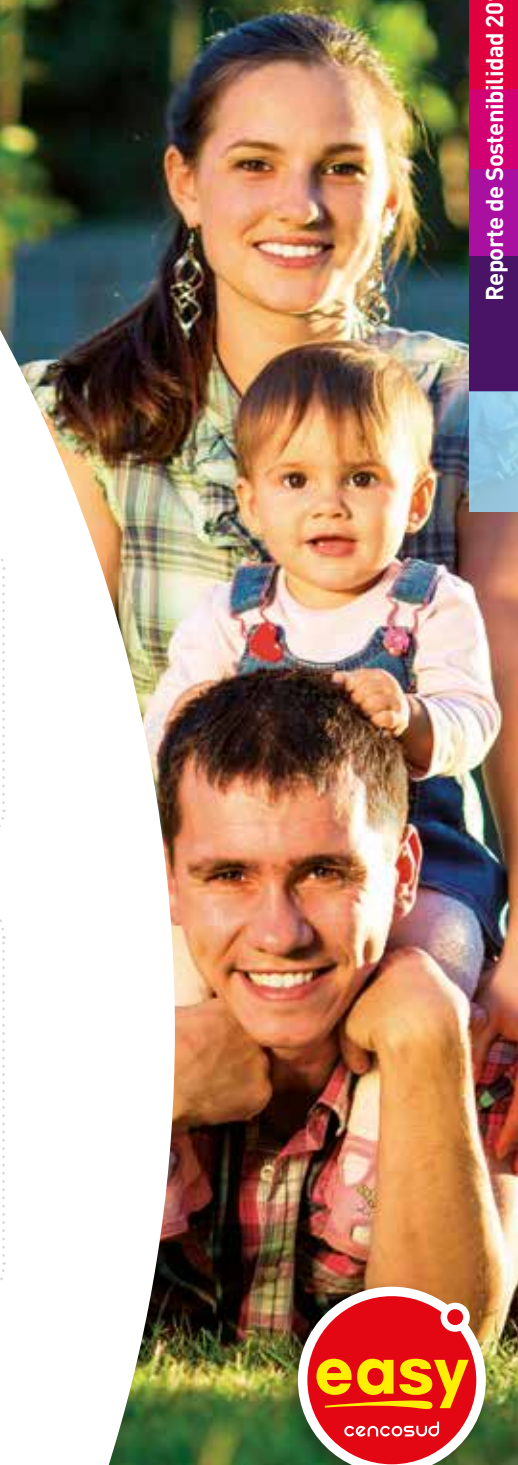
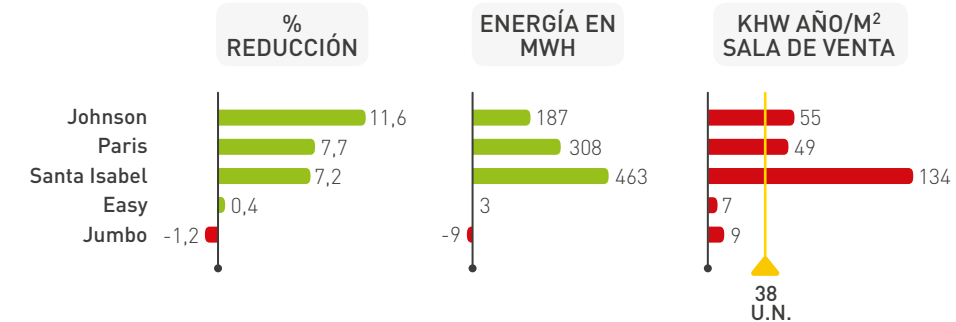


El resto de los locales Easy comparte su electricidad con otros inmuebles, por lo que a la fecha de la información, el consumo no es preciso. Para el 2015 se incorporarán 5 locales en la toma de datos.



Junto con la reducción energética en nuestros locales, también logramos reducir el consumo de electricidad en nuestro Centro de Distribución, el cual funciona las 24 horas del día. Obtuvimos una disminución en el consumo energético de un **7,05%**, lo que se tradujo una reducción de 952 MWH.

CONSUMO ENERGÍA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN CENCOSUD



**Que nuestros
colaboradores estén
seguros, es nuestro
compromiso**



Cambia, vive mejor



05

SOMOS UN EQUIPO COMPROMETIDO

Más de 6 mil personas trabajamos en Easy con el objetivo de entregar el mejor servicio a nuestros clientes, siempre apoyados por nuestros proveedores.

Nuestra principal preocupación son todos quienes forman parte del equipo de Easy. Nos esforzamos permanentemente por hacer un ambiente de trabajo cómodo, confortable y seguro.

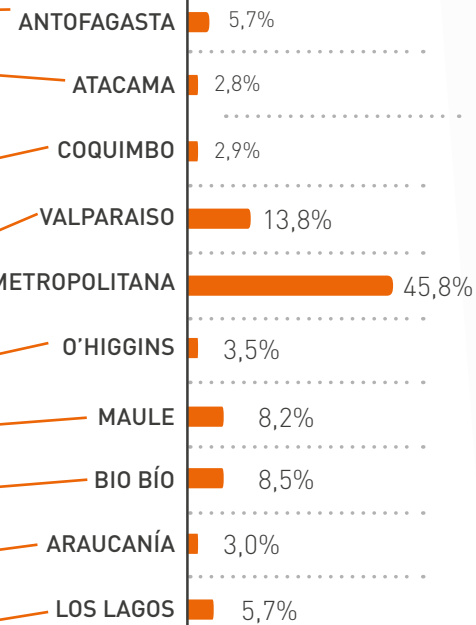


Cambia, vive mejor

5.1 JUNTOS CONSTRUIMOS NUESTRO FUTURO

En 2014 llegamos a ser 6.359 colaboradores, distribuidos en todo el país. Un 45% de los colaboradores desempeñó sus funciones en la región Metropolitana, un 13,8% lo hizo en la región de Valparaíso y un 8,5% en la región del Biobío, regiones donde tenemos una mayor presencia a nivel de locales.

PROPORCIÓN DE TRABAJADORES POR REGIÓN



Ofrecemos oportunidades tanto a colaboradores que trabajan en jornada completa (85,3%) como a aquellos que, por razones de estudio o vida personal, prefieren trabajar como part time (14,7%).

Del total de nuestros colaboradores, 233 trabajan en la Administración Central, 5.609 en Tiendas, y 517 en el Centro de Distribución (Logística).

5.1.1 BUSCAMOS NUESTRA IDENTIDAD [EASY 8]

DMA: ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: IDENTIDAD CORPORATIVA



En Easy estamos preocupados de gestionar nuestra cultura organizacional, por ello desde 2012 trabajamos intensamente en un nuevo modelo interno, que permita dar un sentido de pertenencia a nuestros colaboradores, lo que se ha traducido en los óptimos niveles de compromiso e identificación que tenemos actualmente, alcanzando en 2014 un 69% promedio de acuerdo en la dimensión de "Orgullo", que recoge el GPTW, con un 72% en nivel individual y un 70% a nivel de equipo.

Este proceso finalizó el año pasado con el "Mapa de Cultura Easy", cuyo objetivo es plasmar transversalmente lo que somos, porque la cultura no es algo estático, sino más bien es un aspecto que va cambiando, conforme cambian también los contextos y las personas. Para ello teníamos que entender la cultura que hoy día tenemos, y diseñar alguna conceptualización sobre qué cultura deseamos tener, que nos ayude a ser más eficientes y a trabajar más felices.



MAPA DE CULTURA EASY

Nuestro "Mapa de Cultura Easy" es una herramienta que define con claridad lo que queremos, y en el que queda establecido nuestro propósito: **"Ser el retailer de mejoramiento del hogar omnicanal más querido y rentable de Latinoamérica"**. Nuestros 3 Pilares, que representan lo que tenemos que hacer para llegar a ese objetivo son: Excelencia en el servicio, Innovación en la propuesta de valor y Mejoramiento continuo de procesos, y nuestros 5 Valores, que deben ser la guía de cómo debemos hacer las cosas: foco en colaboradores, cliente al centro, cumplimiento de los compromisos, trabajo en equipo y siempre con disciplina.

Este Mapa de Cultura, en definitiva, nos ayudará a que en Chile, Argentina y Colombia identifiquemos un mismo horizonte al que avanzar, considerando lo compleja que es nuestra organización, con miles de colaboradores, decenas de tiendas y muchísimas decisiones que se toman a diario.

La campaña comunicacional interna para promocionar nuestra misión y valores, incorporados en el nuevo "Mapa de Cultura Easy", ha sido nuestra principal herramienta para que todos nuestros colaboradores se identifiquen con la compañía.

El compromiso con nuestro equipo se basa en brindarles condiciones favorables para el trabajo, por lo que gran parte de la campaña comunicacional se ha enfocado en informar a nuestros colaboradores sobre los beneficios laborales existentes y que no siempre hemos difundido a todos. Junto con ello, cada material formativo de nuestros diferentes programas de capacitación está configurado sobre la base de los valores de este nuevo mapa, de manera que los futuros jefes, subgerentes y gerentes que allí se forman se familiaricen con ellos, los comprendan y luego puedan expandir nuestra identidad de organización a colaboradores, clientes y proveedores.

Para todos aquellos colaboradores nuevos que ingresan a Administración Central y al Centro de Distribución y que no estaban familiarizados con nuestra misión y valores, el área de Capacitación implementará en 2015

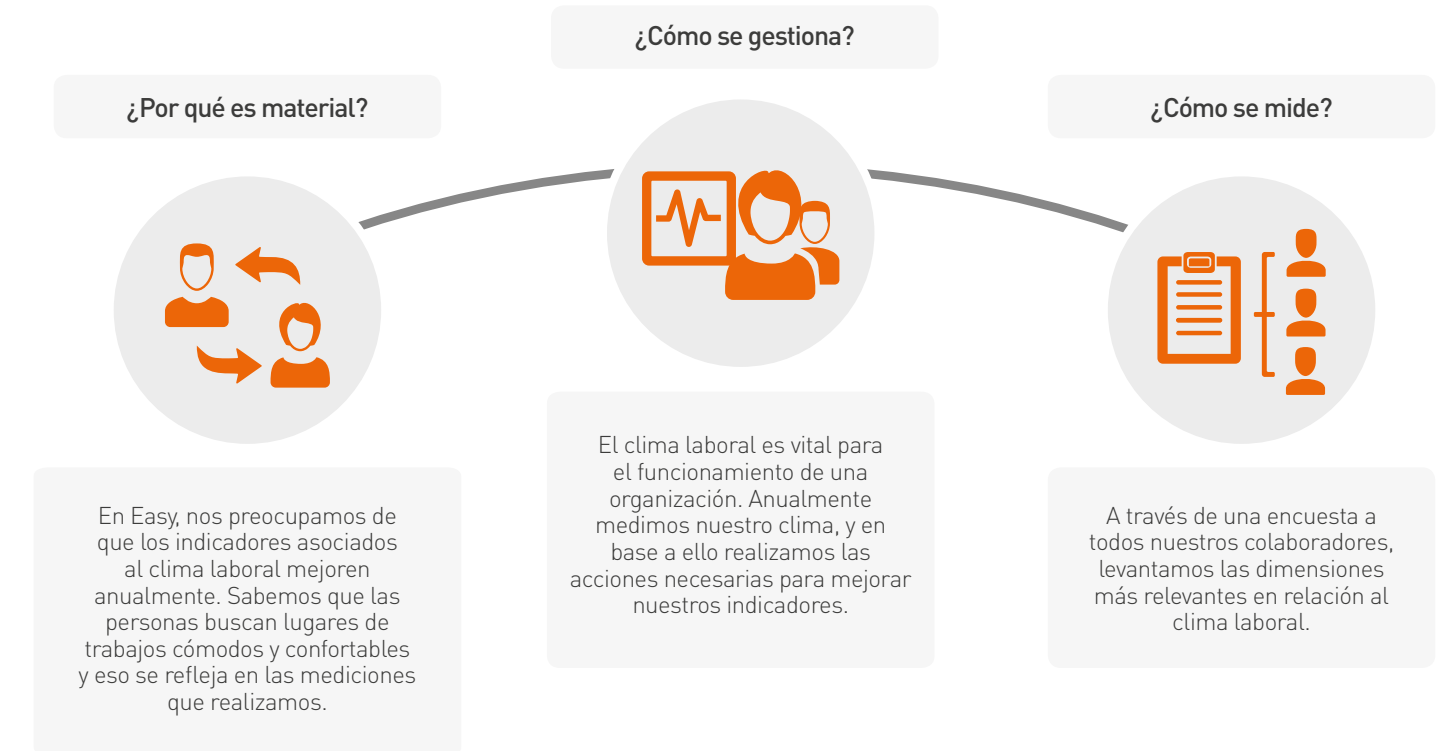
un nuevo modelo de inducción, que comenzará con cursos conductuales y técnicos cuyo fin será entregar herramientas específicas que faciliten el desarrollo de las labores de nuestros colaboradores.

Este proceso consta de 3 nuevos tipos de inducción: i) Manual de Inducción Digital; ii) Inducción Easy, la que consiste en una reunión con todas las gerencias de Administración Central, visitas al Centro de Distribución y Tienda Escuela; y iii) Inducción Cencosud, que consiste en la revisión de la cultura, historia, operación regional y principales números del holding.



5.2 NUESTRO EQUIPO DE TRABAJO (EASY 2) (G4-LA16)

DMA ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: MEJORANDO CLIMA LABORAL



En Easy sabemos lo importante que son las condiciones de trabajo para los colaboradores, por ello trabajar en espacios cómodos, seguros y comprometidos es vital para desarrollar las tareas diarias de mejor manera.

NUESTRO CLIMA ORGANIZACIONAL

Hace tres años comenzamos a medir nuestro clima organizacional a través de la encuesta que realiza Great Place to Work (GPTW), a modo de contar con un estatus de cómo va nuestra empresa. En 2013, realizamos nuestra segunda medición alcanzando **60%** de satisfacción laboral entre un total de más de **4 mil** trabajadores que respondieron esta encuesta, mientras que en 2014 aumentamos en **1%** nuestra satisfacción laboral, llegando a un **61%** entre más de **4.800** trabajadores que participaron, y aumentando **7** puntos porcentuales desde la primera medición.

GREAT
PLACE
TO
WORK®

SOMOS UN EQUIPO COMPROMETIDO

COMUNICACIÓN CONSTANTE

La comunicación es fundamental para mantener buenas relaciones laborales y lograr un buen clima dentro de la organización. En este sentido, Easy cuenta con diversas herramientas que ayudan a que todo el equipo esté al tanto de los principales acontecimientos que ocurren en la empresa. Entre estos destacan la Revista Interna, la radio que funciona en tiendas, el boletín y los murales.

Y para asegurar la transparencia en nuestras relaciones laborales, nuestros colaboradores también pueden comunicarse con nosotros, pues tenemos el compromiso de abordar y resolver las consultas, dudas y demandas que ellos puedan presentar. Para ello, contamos con nuestra línea gratuita:

lineaeticacencosud@kpmg.com y con el correo del Área de Cumplimiento regional prevenciondelitos@cencosud.cl. Durante 2014 se abordaron 35 reclamaciones sobre distintas temáticas laborales, de las cuales 10 fueron resueltas en el período reportado.

Del año, nos quedaron 6 materias pendientes de resolución, las que serán resueltas durante 2015.



Cambia, vive mejor

5.2.1 CUIDAMOS NUESTRO PRINCIPAL VALOR (G4-LA6)

DMA ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: SALUD Y SEGURIDAD LABORAL



Para mejorar estos índices, durante 2014 realizamos actividades orientadas a la concientización de los colaboradores en la precaución y el cuidado a la hora de trabajar. Realizamos una exitosa campaña “Copa de Oro Prevención de Riesgos 2014”, que tuvo tres focos importantes: reducir el número de accidentes laborales respecto al mismo periodo 2013, mejorar el estándar operacional y desarrollar una cultura de seguridad.

El exitoso trabajo realizado nos permitió reducir en un **45%** el número de accidentes respecto del mismo periodo del año anterior, y en un **11%** nuestra tasa de accidentabilidad en el periodo de campaña, lo que contribuyó a una reducción total en el año de un **30%**, alcanzando una tasa de **5,15%**, lo que superó la meta impuesta de 5,5% para el 2014.

TIPO DE ACCIDENTES⁴ EN EASY 2014

| | | |
|--------------|----------------------------|------------|
| | Enfermedades profesionales | 9 |
| | Trabajo | 325 |
| | Trayecto | 76 |
| TOTAL | | 410 |

Lo anterior se ve reflejado en la cantidad de días perdidos y de ausentismo laboral que presentamos en 2014, dado que los 410 accidentes implicaron 3970 días perdidos entre el total de colaboradores de Easy.

⁴ Por accidente se entiende toda lesión que una persona sufra a causa o con ocasión del trabajo, y que le produzca incapacidad o muerte [referencia: Ley N° 16.744].



Considerando que el 30% de los accidentes en Easy presentan lesiones en las manos, durante el segundo semestre de 2014 realizamos la campaña “Mano a Mano” de Mutual de Seguridad, la que tuvo como propósito sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de evitar accidentes con lesión de manos. La iniciativa tuvo una duración de 1 mes en el que obtuvimos un **96%** de participación a nivel nacional.



Los importantes logros obtenidos son resultado de diversas intervenciones, entre ellas, los altos niveles de estándar de seguridad operacional que logramos mantener durante el año en nuestras tiendas, lo que resulta muy destacable teniendo en cuenta el flujo y dinamismo que presenta el retail.

% NIVEL DE ESTÁNDAR SEGURIDAD OPERACIONAL

| ZONA | AÑO 2014 |
|-------------------|----------|
| Easy Nacional | 83% |
| Distrito Norte | 86% |
| Distrito Centro A | 81% |
| Distrito Centro | 83% |
| Oriente* | 83% |
| Distrito Centro B | 83% |
| Distrito Sur | 86% |

* Se creó a fines de 2014

El estándar de seguridad operacional es un índice que mide las condiciones operacionales relacionadas con la seguridad que presentan las tiendas, distritos y compañía. Contempla una serie de variables que se evalúan regularmente a través de las caminatas, y que arrojan un porcentaje de cumplimiento cuya ponderación depende de la importancia que la Compañía define para cada una.

Asimismo, y gracias a que permanentemente estamos midiendo nuestro desempeño en materia de Seguridad y Salud Ocupacional en todos nuestros centros de trabajo, es que logramos registrar un importante avance en nuestros distritos durante 2014.

TABLA DE REDUCCIÓN ACCIDENTABILIDAD 2014

| ZONA | TASA INICIO ENERO 2014* | TASA FIN DICIEMBRE 2014* | % REDUCCIÓN |
|-------------------|-------------------------|--------------------------|-------------|
| Easy Nacional | 7,34 | 5,15 | 30% |
| Distrito Norte | 8,50 | 5,54 | 35% |
| Distrito Centro A | 7,08 | 4,91 | 31% |
| Distrito Centro B | 7,05 | 6,44 | 9% |
| Distrito Sur | 6,85 | 5,16 | 25% |
| Logística | 7,12 | 4,17 | 41% |

* Cifras expresadas en porcentajes

Para poder abordar estas mejoras, contamos con un sistema de gestión (SIGMER) basado en el estándar internacional de Seguridad & Saludo Ocupacional OHSAS 18001, el cual consta de 4 fases de implementación con 8 requisitos a cumplir en cada una de sus etapas.

La implementación de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad & Salud Ocupacional, fue uno de los pilares clave para el cumplimiento de nuestras metas.



METAS 2014

13 tiendas y nuestro Centro de Distribución implementaron la fase 1 de SIGMER obteniendo la certificación de esta etapa.

8 tiendas se encuentran en cumplimiento de 7 requisitos avanzando en sus resultados de accidentabilidad para certificar la primera fase de gestión.

12 tiendas se encuentran en cumplimiento de 6 requisitos avanzando en sus resultados de accidentabilidad y a la espera de la realización de la reunión de arranque del sistema para certificar la primera fase de gestión.

El Sistema de Gestión Máxima Eficiencia Retail, SIGMER, cuenta con un programa de gestión de Seguridad y Salud Ocupacional desarrollado para cada jefe de sección en tiendas y jefes de área en Centros de Distribución.

Los Programas de gestión contaban con 6 actividades que debían realizarse en diferentes frecuencias programadas, a través de esta iniciativa impulsamos el programa de "LIDERAZGO VISIBLE" al empoderar a las jefaturas de cada local con la gestión preventiva de sus respectivos grupos.

Durante 2014 implementamos 262 programas que impulsaron 51.233 actividades orientadas a la prevención de accidentes.

Dentro de las actividades señaladas se encuentran incluidas una serie de capacitaciones técnicas que fueron parte fundamental para el éxito de nuestra gestión.

Otra de las iniciativas de "LIDERAZGO VISIBLE" desarrolladas durante el año fue la constitución de una Comisión de Evaluación de Accidentabilidad (COMEIA), cuyo propósito es analizar los resultados de Accidentabilidad de las tiendas con mayores índices de accidentes.

La COMEIA se reúne bimensualmente, y a ella asisten los Gerentes de las 5 tiendas con las más altas tasas de accidentabilidad de la compañía.

Durante la sesión se analizan en conjunto con los involucrados, las causas de las desviaciones, el nivel de cumplimiento del Programa de Gestión de Seguridad & Salud Ocupacional y la mantención de los estándares que se evalúan a través de la caminata semanal de seguridad.

En base al análisis anterior, se establecen planes de acción y compromisos para disminuir la ocurrencia de accidentes.

Para poder llegar a los más de 6 mil trabajadores a través de un mensaje de seguridad y creando una cultura de seguridad, difundimos nuestra gestión a través de internet, revista interna, radio Easy, audios tienda, TV y monitores, comunicados y mails a todos los trabajadores de la empresa.



RECONOCIMIENTOS 2014

Durante el periodo 2014, y con el propósito de aportar a Easy para convertirnos en **el retailer de mejoramiento del hogar omnicanal más querido de latinoamerica**, postulamos a diferentes concursos en los cuales fuimos reconocidos por nuestro destacado desempeño en materias de Seguridad.

Reconocimiento por nuestra destacada participación en el VII Concurso de Buenas Prácticas en Prevención de Riesgos de la Cámara Chilena de la Construcción, convirtiéndonos en la primera empresa del sector comercio en ingresar a este podio.

Reconocimiento por nuestra destacada participación en la campaña "Mano a Mano" de Mutual de Seguridad en la que fuimos distinguidos dentro de un total de 240 empresas participantes, por nuestra implementación de la iniciativa a nivel nacional.

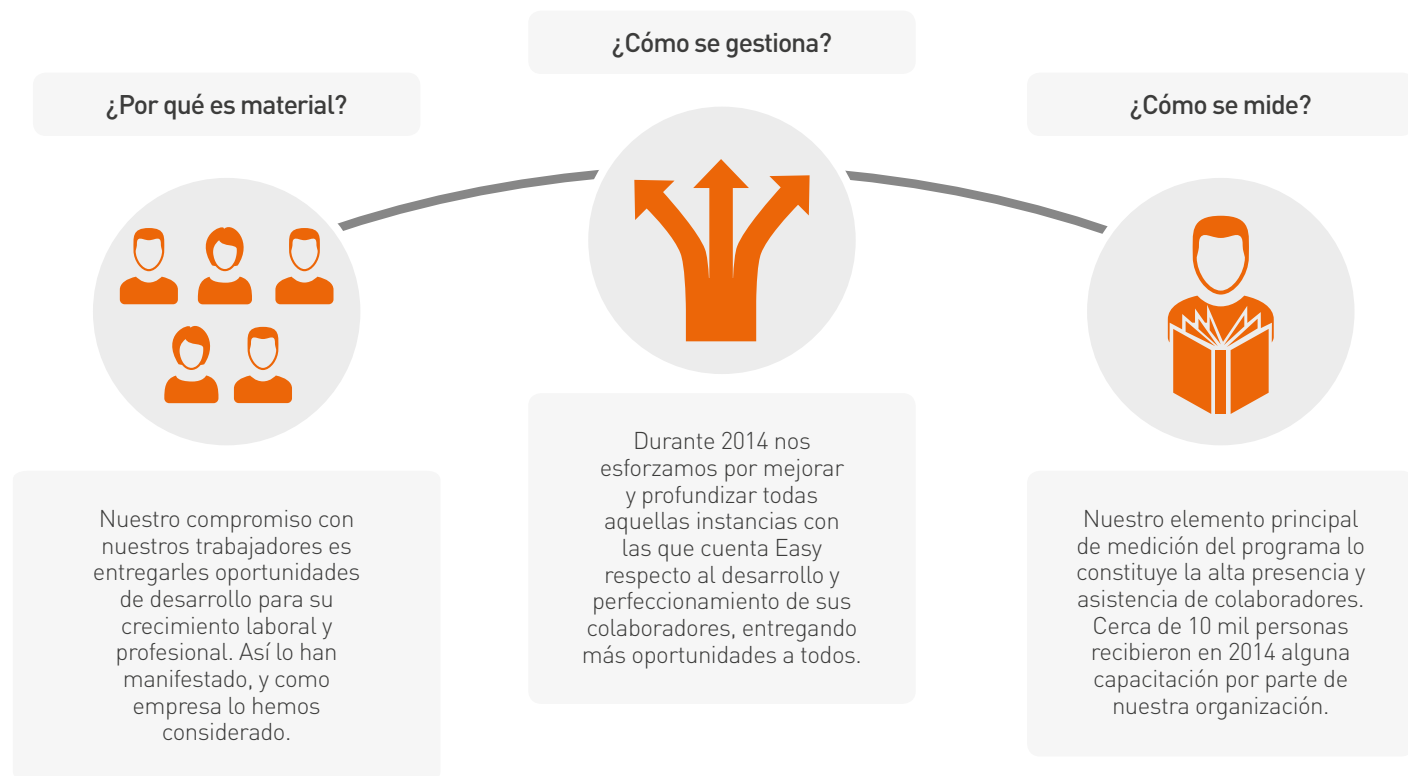
Premio de Hub Sustentabilidad de diario financiero PULSO, en el concurso mejores políticas sustentables 2014. Obtuvimos el **1er lugar en la categoría Mejores Políticas de Seguridad**, por sobre otras 120 empresas de distintas actividades económicas.



5.3 OPORTUNIDADES PROFESIONALES EN NUESTRA EMPRESA

(G4-LA9) (G4-LA10) (G4-LA11)

DMA ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: DESARROLLO CONTINUO



Durante 2014 en Easy contamos con un total de 9.958 colaboradores considerando a aquellos que llegaron y dejaron nuestra organización. De ellos, 5.905 fueron hombres y 4.053 fueron mujeres.

Lo anterior nos generó una rotación de 58,8%, lo que muestra un importante avance en comparación con el 70% sostenido que alcanzamos en 2013.

Nuestra dotación femenina se distribuyó con 129 mujeres en Administración Central; 3.711 en labores de operaciones y atención en locales; y 213 en el Centro de Distribución.

En el caso de nuestra dotación masculina: 143 trabajan en Administración Central; 5.161 en operaciones y atención de locales; y 601 en el Centro de Distribución.

En 2014, las mujeres representaron el 40,7% de nuestra dotación, mientras que los hombres el 59,3% del total de nuestros colaboradores.



NUESTROS COLABORADORES Y COLABORADORAS

| | Administración Central | Operaciones/Atención de Locales | Centro de Distribución | Total por sexo |
|-----------------------------|------------------------|---------------------------------|------------------------|----------------|
| | 143 | 5.161 | 601 | 5.905 |
| | 129 | 3.711 | 213 | 4.053 |
| Total por categoría laboral | 272 | 8.872 | 814 | 9.958 |



Cambia, vive mejor

5.3.1 CAPACITACIÓN Y DESARROLLO LABORAL (G4-LA9)

Durante 2014 realizamos un total de **161.892** horas de capacitación laboral para nuestros colaboradores de operaciones y atención de locales. En tanto, los trabajadores del Centro de Distribución totalizaron **6.372** horas de formación y nuestra dotación de Administración Central **1.616** horas en diferentes ámbitos. Así, durante el período reportado se ocuparon **169.880** horas de capacitación, tanto internas como externas, en las que participaron **9.771** colaboradores en todo Chile.

No obstante, nuestra dotación corresponde a **6.359** personas, lo que implica que un número importante rotó después de haber sido capacitados. Estamos trabajando para reducir esta rotación, pero también sabemos que el retail es una buena fuente laboral para quienes están empezando sus carreras y para aquellos que quieren trabajar por temporadas. En este contexto, es posible que siempre contemos con un porcentaje de rotación, pero tenemos los sistemas y procesos para hacer del paso por Easy, una buena experiencia laboral.

Nos sentimos orgullosos de que el promedio de tiempo de capacitación, según el total de horas y participantes, haya sido de **17,4 horas** por cada uno de nuestros colaboradores, porque se trata de una cifra muy relevante que demuestra nuestro compromiso con la formación y el bienestar de las personas que pertenecen a Easy.

Como compañía estamos comprometidos con ofrecer oportunidades de desarrollo y, junto con ello, mejorar nuestras operaciones dotando con más y mejores conocimientos a nuestros colaboradores. Por ello, durante 2015 tenemos el desafío de aumentar las horas de capacitación y mejorar la gestión de nuestros beneficios.

Por el momento, no contamos con registros del promedio de horas de capacitación desglosado por género para el período reportado, pero nos esforzaremos en contar con ese dato en nuestro próximo Reporte de Sostenibilidad.

Para informar sobre las distintas instancias formativas a las que pueden acceder nuestros colaboradores, se utilizaron todos los medios de comunicación interna, como comunicados, revistas, radios y reuniones de equipo. Estamos seguros de que para que un colaborador esté comprometido y preste un servicio de excelencia, debe haber sido dotado de las herramientas y habilidades necesarias para ello. Y ese es nuestro objetivo: ofrecer oportunidades de desarrollo para todos quienes forman parte del equipo Easy.

Actualmente contamos con cursos de capacitación internos y externos dirigidos a mejorar las competencias y habilidades de nuestros colaboradores:



Cursos de capacitación interna: hay distintos cursos de formación interna, en los que se revisan distintos temas relevantes para que el colaborador pueda tener un buen desempeño en su cargo actual o en caso de que se esté preparando para asumir una nueva posición. En estos incluimos capacitaciones que se dan en locales por parte del equipo de administración o especialistas (revisión de temas internos como procedimientos, técnicas de atención, rutinas de trabajo, etc.) hasta programas de capacitación como los de tienda escuela, en los que se revisan temas técnicos y también habilidades conductuales como talleres de liderazgo, PDL, etc.



Apoyo económico a los programas de capacitación externa: las capacitaciones externas organizadas por Easy para sus colaboradores son financiadas por medio de SENCE (según porcentaje de franquicia por renta imponible) o bien son asumidas por la empresa de forma directa. Hay sólo una capacitación en que opera la forma de copago, que es el programa de becas de estudio, donde el porcentaje depende de distintos ítems, detallados en la política entregada por el corporativo.



5.3.2 OPORTUNIDADES PARA TODOS

Como parte de nuestro ADN Cencosud, en nuestras tiendas contamos con colaboradores y colaboradoras de todas las edades.

Sabemos que en nuestro país la tercera edad cada vez es un segmento más amplio, y cada día más la esperanza de vida es mayor. Por ello, hemos comenzado a desarrollar programas para reforzar y facilitar el trabajo de personas de tercera edad, uno de nuestros focos de inclusión.

En 2014, alcanzamos un total de 30 personas con más de 60 años en el caso de nuestras colaboradoras, y 172 en el caso de nuestros trabajadores hombres. Asimismo, hemos implementado y seguimos desarrollando iniciativas que faciliten el ingreso de personas con diversidad funcional a trabajar en nuestras tiendas.

En Easy contamos con iniciativas de continuidad laboral para que cuando nuestros colaboradores lleguen al periodo de su jubilación, quieran seguir aportando en nuestra empresa.



5.3.3 NUESTROS PROGRAMAS DE DESARROLLO

Las iniciativas para la gestión de habilidades y talentos durante 2014 se desarrollaron en dos áreas principales: becas de estudio y Escuela Easy.

En lo que respecta a las becas de estudios, 48 de nuestros colaboradores accedieron al cofinanciamiento de sus carreras técnicas o universitarias mediante este beneficio. Estamos orgullosos de que 34 de nuestros colaboradores de tiendas, 8 de nuestros Centros de Distribución y 6 de Administración Central se acogieran este beneficio y mejoraran sus capacidades y conocimientos.

La **Escuela Easy** fue lanzada el primer semestre de 2014 y reúne todas nuestras iniciativas de capacitación y perfeccionamiento, incluyendo la **Escuela de Talentos**, **Tienda Escuela**, **Escuela de Inducción** y nuestro **Colegio de Cajas**. A través de esta iniciativa se entregan las herramientas necesarias para que nuestros colaboradores que se desempeñan en locales, Administración Central y Centro de Distribución, adquieran nuevos conocimientos y tengan posibilidades de crecer profesionalmente. Además, existe toda la gama de cursos que se dictan bajo las modalidades de e-Learning y presencial, y se han creado entidades para capacitar en ámbitos más específicos.

Este programa ha logrado ser implementado en la totalidad de nuestras tiendas, en el Centro de Distribución y en la Administración Central, con el fin de ofrecer transversalmente oportunidades de mejora y desarrollo para nuestros colaboradores.

Estas iniciativas han tenido buena acogida entre nuestra dotación, y en el caso de la Escuela de Talentos, 28 colaboradores provenientes de todo Chile fueron formados y graduados, transformándose en un gran aporte para nuestras tiendas con mejores habilidades y nuevos conocimientos completamente alineados con nuestro nuevo "Mapa de Cultura Easy".

El Colegio de Cajas cuenta con un laboratorio especializado ubicado en la tienda de Cerrillos, adaptado para formar a colaboradores a quienes se les entregan conocimientos teóricos y prácticos propios de la función, y también los lineamientos para que puedan adoptar la actitud de servicio Easy.

Para los colaboradores de regiones, el Colegio se traslada a capacitar en forma presencial cuando así se requiere. Tenemos el desafío y el compromiso de replicar el laboratorio también en regiones.

La **Tienda Escuela**, ubicada en Easy La Dehesa, se encarga de preparar en su nuevo rol a todos quienes asumirán un cargo de jefatura en locales, entregándoles, a través de formadores internos especialmente, todas las herramientas y conocimientos necesarios.



5.3.4 BENEFICIOS DE FORMACIÓN PARA NUESTRO EQUIPO

Gracias a una alianza entre el Instituto Cencosud y el Harvard Business Publishing, en agosto de 2014 comenzaron los cursos de Autogestión de Equipo y de Negocio, los cuales están dirigidos a colaboradores de Easy Chile que tienen gente a cargo.

Los cursos se realizan a través de la modalidad online y cuentan con 42 módulos, en los que se entregan nuevas herramientas que permiten a los participantes fortalecer su gestión como líderes en la organización.

En 2014, el área de Capacitación ofreció un total de **232 cupos**, los que fueron cubiertos en su totalidad por líderes de distintos departamentos.

Adicionalmente, entre octubre y noviembre del año pasado, en las dependencias de la Fundación Cristo Vive, se realizaron los **Cursos de Formación para Especialistas**. El objetivo de dicha capacitación fue ofrecer a nuestros colaboradores la posibilidad de obtener una formación en distintos oficios, por medio de una institución acreditada. Estuvo dirigido a vendedores especialistas no certificados y a vendedores reponedores de la Región Metropolitana, quienes postularon al cargo. Los participantes tuvieron la posibilidad de realizar uno de los tres cursos ofrecidos: Baño & Cocina, Electricidad y Jardín & Piscinas, a través de una metodología teórico-práctica.



5.3.5 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO (G4-LA11)

La Evaluación de Desempeño es una herramienta fundamental tanto para el desarrollo profesional como para la movilidad laboral interna de nuestros colaboradores. Aquellos trabajadores con evaluación satisfactoria tienen la posibilidad de acceder a becas de estudio y a cursos de perfeccionamiento en la Escuela de Talento de Easy, donde reciben capacitación para ascender laboralmente y asumir cargos de mayor responsabilidad.

Las Evaluaciones de Desempeño en nuestra empresa son aplicadas de manera transversal; durante 2014 la evaluación fue aplicada a un **70,85%** de nuestra dotación, de los cuáles un **43,57%** son mujeres y un **56,43%** hombres.

Hubo un **29,15%** de personas que no fueron evaluadas debido a que no cumplían con el período de permanencia mínimo que se requiere para poder medir el desempeño.

COLABORADORES EVALUADOS SEGÚN SU CARGO:

| | |
|--|--------|
| Perfil ejecutivo | 0,66% |
| Perfil con gente a cargo | 12,44% |
| Perfil con gente a cargo comercial | 0,34% |
| Perfil sin gente a cargo | 3,23% |
| Perfil sin gente a cargo comercial | 0,72% |
| Perfil sin gente a cargo operación (EDO) | 82,59% |

La evaluación se lleva a cabo en 2 períodos:

OCTUBRE

son evaluados todos aquellos colaboradores no pertenecientes a Administración Central (supervisores, vendedores y cajeros).

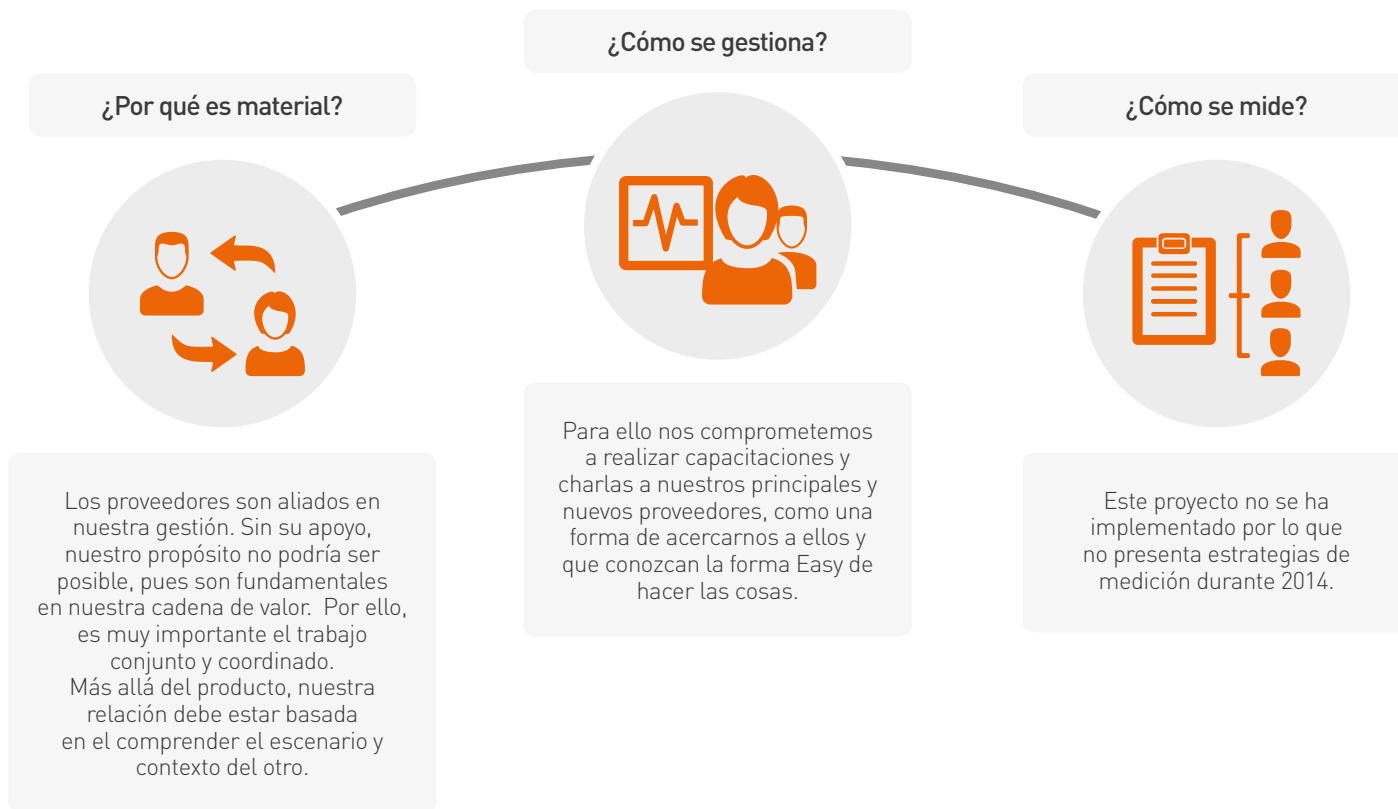
DIC - ENE

son evaluados todos los colaboradores pertenecientes a Administración Central (jefatura y no jefatura), operaciones y Centro de Distribución (sólo jefatura).

5.4 CAPACITACIÓN A NUESTROS PROVEEDORES

(G4-EC9) (G4-EN32) (G4-LA14) (G4-SO9)

DMA ENFOQUE DE GESTIÓN TEMA MATERIAL: MEJORANDO CLIMA LABORAL



| PROVEEDORES RETAIL 2014 | % |
|-------------------------|-----|
| NACIONALES | 66% |
| IMPORTADOS | 34% |

En muchas ocasiones los proveedores son la cara visible ante nuestros clientes, por ello, el trabajo conjunto y coordinado que desarrollemos es fundamental para el logro de los objetivos de cada organización.

¿QUÉ ES SEDEX?

Es una organización sin fines de lucro que busca posibilitar mejoras en las prácticas comerciales responsables y éticas de las cadenas de suministro de todo el mundo.

Programa de capacitación a proveedores

Durante 2014 en Easy trabajamos con tres categorías de proveedores: Proveedor Pyme, Proveedor Gran Empresa y Proveedor Área de Construcción.

En nuestro compromiso por mejorar la cadena de valor, hemos desarrollado programas de capacitación, iniciativas que en 2014 beneficiaron a **350 proveedores** locales de distintos rubros.

Las capacitaciones realizadas fueron:

- B2B**: Consistió en capacitar en el uso de una herramienta única de agendamiento para la entrega de mercadería en Centro de Distribución. Participaron 320 proveedores.
- INGRESO PROVEEDORES**: Los nuevos proveedores participan de un proceso de inducción, antes de iniciar las operaciones con nuestro Centro de Distribución. Participaron 30 proveedores.



Cambia, vive mejor

Índice



Cambia, vive mejor

06

TABLA ÍNDICE GRI Y PACTO GLOBAL

El siguiente corresponde al índice recomendado por la Global Reporting Initiative – GRI – para señalar los indicadores informados en este Reporte. Asimismo, y dado que en Easy adherimos a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, constituye una Comunicación de Progreso, la que es indicada también en el Índice GRI –Pacto Global

6.1 CONTENIDOS GENERALES

| CÓD. GRI Y PACTO GLOBAL | NOMBRE INDICADOR | CAPÍTULO | PÁGINAS |
|----------------------------------|--|-----------|----------|
| ESTRATEGIA Y ANÁLISIS | | | |
| G4-1 | Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión. | 1.1 | 07-08 |
| G4-2 | Se realizan dos descripciones breves de los principales efectos, riesgos y oportunidades en la organización. | 1.2 | 09-10 |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | | | |
| G4-3 | Nombre de la organización. | 2.2 | 27 |
| G4-4 | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización. | 2.2 | 27 |
| G4-5 | Lugar donde se encuentra la sede de la organización | 2.2 | 27 |
| G4-6 | Se describe en cuántos países opera la organización | 2.2 | 27 |
| G4-7 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. | 2.2 | 27 |
| G4-8 | Se indica a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios) | 2.2 | 27 |
| G4-9 | Se determina la escala de la organización | 2.2 | 27 |
| G4-10 / PG6 | Número de empleados por contrato laboral y sexo, cargo, entre otros. | 2.3 | 31-32 |
| G4-11 / PG3 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos | 2.3 | 31-32 |
| G4-12 | Cadena de suministro de la organización. | 2.3.1 | 33-34 |
| G4-13 | Se indican cambios significativos que hayan tenido lugar durante el periodo objeto de análisis de la memoria. | 2.1.1-2.3 | 20-31-32 |
| G4-14/ PG7 | Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución | 2.3.1 | 33-34 |
| G4-15 | Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado. | 2.4 | 35-36 |
| G4-16 | Elabore una lista de las asociaciones | 2.4 | 35-36 |

| CÓD. GRI Y PACTO GLOBAL | NOMBRE INDICADOR | CAPÍTULO | PÁGINAS |
|---|--|----------|---------|
| ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA | | | |
| G4-17 | Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. | 1.3.1 | 12 |
| G4-18 | Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. | 1.3.1 | 12 |
| G4-19 | Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria. | 1.3.1 | 12 |
| G4-20 | Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material. | 1.3.1 | 12 |
| G4-21 | Se indica la Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material. | 1.3.1 | 12 |
| G4-22 | Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas. | 00 | 00 |
| G4-23 | Cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores. | 00 | 00 |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | | |
| G4-24 | Lista de los grupos de interés vinculados a la organización. | 2.4.1 | 37-38 |
| G4-25 | Base de la elección de los grupos de interés con los que se trabaja en la organización. | 2.4.1 | 37-38 |
| G4-26 | Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés. | 2.4.1 | 37-38 |
| G4-27 | Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés. | 2.4.1 | 37-38 |
| PERFIL DE LA MEMORIA | | | |
| G4-28 | Periodo objeto de la memoria | 1.3 | 11 |
| G4-29 | Fecha de la última memoria | 1.3 | 11 |
| G4-30 | Ciclo de presentación de memorias | 1.3 | 11 |
| G4-31 | Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria. | 1.3 | 11 |
| G4-32 | a. Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la organización. b. Índice GRI de la opción elegida (véanse los cuadros a continuación). c. Referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. | 1.3 | 11 |
| G4-33 | Se describe la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. | 1.3 | 11 |
| GOBIERNO | | | |
| G4-34/ PG10 | Se describe aquí la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. | 00 | 00 |
| ÉTICA E INTEGRIDAD | | | |
| G4-56/ PG1 y PG10 | Describe los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos. | 00 | 00 |



CONTENIDOS DE DESEMPEÑO EN BASE A ASPECTOS MATERIALES

| CÓD. GRI Y PACTO GLOBAL | NOMBRE INDICADOR | CAPÍTULO | PÁGINAS |
|--|---|----------|---------|
| ATENCIÓN MULTICANAL | | | |
| DMA | Enfoque de gestión atención multicanal. | 00 | 00 |
| Easy 5 | Atención multicanal. Programa omnichannel. | 3.1 | 47-48 |
| CALIDAD DE PRODUCTOS | | | |
| DMA | Enfoque de gestión calidad de productos. | 00 | 00 |
| G4-PR3 | Información del etiquetado de los productos. | 3.1.2 | 51-52 |
| Easy 1 | Calidad de producto. | 3.1.2 | 51-52 |
| COMUNICACIÓN DE MARKETING | | | |
| DMA | Enfoque de gestión comunicación de marketing. | 00 | 00 |
| G4-PR6 | Venta de productos prohibidos o en litigio. | 00 | 00 |
| G4-PR7 | Incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia. | 3.1.1 | 49-50 |
| Easy 3 | Comunicación de marketing. | 00 | 00 |
| SATISFACCIÓN DE CLIENTES | | | |
| DMA | Enfoque de gestión calidad de clientes. | 00 | 00 |
| G4-PR5 | Conclusiones principales de las encuestas de satisfacción de los clientes. | 3.1.3 | 53-54 |
| RECLAMOS | | | |
| DMA | Enfoque de gestión de reclamo. | 00 | 00 |
| Easy 7 | Cantidad de reclamos por tipo de reclamo. | 3.1.3 | 53-54 |
| VÍNCULO CON LA COMUNIDAD | | | |
| DMA | Enfoque de vínculo con la comunidad. | 00 | 00 |
| G4-S01 | Implantación de programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. | 4.1 | 61-62 |
| G4-S02 | Impactos negativos sobre las comunidades locales. | 4.1 | 61-62 |
| EDUCACIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE | | | |
| DMA | Enfoque de gestión de educación y consumo responsable. | 00 | 00 |
| Easy 6 | Programas de educación. | 4.2.1 | 66 |
| APOYO AL EMPRENDIMIENTO | | | |
| DMA | Enfoque de gestión de Apoyo al emprendimiento. | 00 | 00 |
| Easy 9 | Programas de Apoyo al emprendimiento. | 4.2.2 | 67 |

CONTENIDOS DE DESEMPEÑO EN BASE A ASPECTOS MATERIALES

| CÓD. GRI Y PACTO GLOBAL | NOMBRE INDICADOR | CAPÍTULO | PÁGINAS |
|--|---|----------|---------|
| APORTE AL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE | | | |
| G4-EN3 /PG8 | Consumo energético interno | 00 | 00 |
| G4-EN6 /PG8 | Reducción del consumo energético | 4.3 | 68 |
| G4-EN7 /PG8 | Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios | 4.3 | 68 |
| G4-EN23 /PG8 | Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento | 4.3 | 68 |
| IDENTIDAD CORPORATIVA | | | |
| DMA | Enfoque de gestión de Identidad Corporativa. | 00 | 00 |
| Easy 8 | Plan de identidad. | 5.1.1 | 76 |
| MEJORA DE CLIMA | | | |
| DMA | Enfoque de gestión mejora de clima | 00 | 00 |
| G4-LA1 | Rotación Laboral | 00 | 00 |
| G4-LA16 | Reclamaciones sobre prácticas laborales | 5.2 | 78 |
| Easy 2 | Tasa de clima laboral | 5.2 | 78 |
| SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL | | | |
| DMA | Enfoque de gestión salud y seguridad. | 00 | 00 |
| G4-LA6 | Lesiones, enfermedades profesionales, absentismo, víctimas mortales relacionadas con el trabajo. | 5.2.1 | 81-82 |
| MEJORA CONTINUA | | | |
| DMA | Enfoque de gestión mejora continua | 00 | 00 |
| G4-LA9 / PG 6 | Capacitaciones | 5.3 | 87-88 |
| G4-LA10 / PG 6 | Programas de gestión de habilidades y de forma continua | 5.3 | 87-88 |
| G4-LA11 / PG 6 | Evaluaciones de desempeño | 5.3 | 87-88 |
| IMPACTO DE PROVEEDORES | | | |
| DMA | Enfoque de gestión de impacto de proveedores. | 00 | 00 |
| G4-EC9 | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas corresponde a proveedores locales. | 00 | 00 |
| G4-EN32 | Proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales. | 4.3 | 68 |
| G4-LA14 | Proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con prácticas laborales. | 00 | 00 |
| G4-S09 | Proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social. | 00 | 00 |
| Easy 4 | Programas con proveedores | 00 | 00 |

